

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	15
A. Deskripsi Konseptual.....	15
1. Keputusan Pembelian	15
2. <i>Brand Extension</i>	20
3. Kualitas Produk	24
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	29
C. Kerangka Teoretik	44

D. Perumusan Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
1. Tempat Penelitian.....	48
2. Waktu Penelitian	48
B. Metode Penelitian	49
1. Metode.....	49
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	50
C. Populasi dan Sampling	51
D. Teknik Pengumpulan Data	52
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	52
2. <i>Brand Extension</i> (Variabel X1).....	57
3. Kualitas Produk (Variabel X2).....	62
E. Teknik Analisis Data	66
1. Uji Persyaratan Analisis	66
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	67
3. Uji Hipotesis.....	68
4. Analisis Korelasi Ganda.....	70
5. Perhitungan Koefisien Determinasi	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Deskripsi Data	71
1. Data Keputusan Pembelian	71
2. Data <i>Brand Extension</i>	76

3. Data Kualitas Produk	79
B. Pengujian Hipotesis	83
1. Pengujian Persyaratan Analisis	83
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	86
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	88
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	91
5. Pengujian Koefisien Determinasi	92
C. Pembahasan	94
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Implikasi	100
C. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	108
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	211

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	36
Tabel II. 2. Persamaan dan Perbandingan Jurnal	39
Tabel III. 1. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	53
Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	54
Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen <i>Brand extension</i>	58
Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen <i>Brand extension</i>	59
Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk.....	63
Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk.....	63
Tabel IV. 1. Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian.....	72
Tabel IV. 2. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	73
Tabel IV. 3. Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	75
Tabel IV. 4. Statistika Deskriptif <i>Brand Extension</i>	77
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi <i>Brand Extension</i>	77
Tabel IV. 6. Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Brand Extension</i>	79
Tabel IV. 7. Statistika Deskriptif Kualitas Produk	80
Tabel IV. 8. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	81
Tabel IV. 9. Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Produk	83
Tabel IV. 10. Uji Normalitas.....	84
Tabel IV. 11. Uji Linieritas Variabel X1 dengan Variabel Y	85
Tabel IV. 12. Uji Linieritas Variabel X2 dengan Variabel Y	86
Tabel IV. 13. Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	87
Tabel IV. 14. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	89

Tabel IV. 15. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	90
Tabel IV. 16. Uji Analisis Korelasi Ganda	91
Tabel IV. 17. Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	92
Tabel IV.18. Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Extension</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembelian.....	93
Tabel IV. 19. Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1. Laporan Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia versi Lembaga riset digital marketing <i>Emarketer</i>	3
Gambar I. 2. Laporan penjualan dan pangsa pasar <i>smartphone</i> di Indonesia pada Kuartal 3 tahun 2018 versi <i>International Data Corporation (IDC) Quarterly Mobile Phone Tracker</i>	4
Gambar I. 3. Perbandingan 5 Perusahaan Teratas di Indonesia tahun 2016 dan 2017 menurut Pangsa Pasar versi <i>Internasional Data Corporation (IDC)</i>	6
Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian	74
Gambar IV. 2. Grafik Histogram <i>Brand Extension</i>	78
Gambar IV. 3. Grafik Histogram Kualitas Produk	82
Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara <i>Brand Extension</i> dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Izin Penelitian.....	108
Lampiran 2 – <i>Survey</i> Awal Penelitian.....	109
Lampiran 3 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	110
Lampiran 4 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	113
Lampiran 5 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Keputusan Pembelian)..	114
Lampiran 6 – Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)..	114
Lampiran 7 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	117
Lampiran 8 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	118
Lampiran 9 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)...	119
Lampiran 10 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	122
Lampiran 11 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	122
Lampiran 12 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	124
Lampiran 13 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	125
Lampiran 14 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	126
Lampiran 15 – Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₂ (Kualitas Produk)..	127
Lampiran 16 – Skor Uji Coba Instrumen Variabel X ₂ (Kualitas Produk)	130
Lampiran 17 – Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₂ (Kualitas Produk).....	131

Lampiran 18 – Data Perhitungan Validitas Variabel X ₂ (Kualitas Produk)	132
Lampiran 19 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X ₂ (Kualitas Produk)	133
Lampiran 20 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₂ (Kualitas Produk)	134
Lampiran 21 – Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	134
Lampiran 22 – Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian)	138
Lampiran 23 – Perhitungan <i>Range</i> , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel Y (Keputusan Pembelian)	140
Lampiran 24 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Keputusan Pembelian)	141
Lampiran 25 – Skor Indikator Dominan Variabel Y (Keputusan Pembelian)....	142
Lampiran 26 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	142
Lampiran 27 – Data Mentah Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	145
Lampiran 28 – Perhitungan <i>Range</i> , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>).....	147
Lampiran 29 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>)	148
Lampiran 30 – Skor Indikator Dominan Variabel X ₁ (<i>Brand Extension</i>).....	149
Lampiran 31 – Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₂ (Kualitas Produk).....	150
Lampiran 32 – Data Mentah Variabel X ₂ (Kualitas Produk).....	153

Lampiran 33 – Perhitungan <i>Range</i> , Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	155
Lampiran 34 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X_2 (Kualitas Produk)	156
Lampiran 35 – Skor Indikator Dominan Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	157
Lampiran 36 – Perhitungan Uji Normalitas	157
Lampiran 37 – Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian) dengan Variabel X_1 (<i>Brand Extension</i>)	159
Lampiran 38 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$	162
Lampiran 39 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X_1 ..	164
Lampiran 40 – Perhitungan Uji Linier Regresi Y atas X_1	165
Lampiran 41 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X_1	166
Lampiran 42 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X_1	167
Lampiran 43 – Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian) dengan Variabel X_2 (Kualitas Produk)	168
Lampiran 44 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$	172
Lampiran 45 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X_2 ..	173
Lampiran 46 – Perhitungan Uji Linier Regresi Y atas X_2	174
Lampiran 47 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X_2	175
Lampiran 48 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X_2	176
Lampiran 49 – Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian) dengan Variabel X_1 (<i>Brand Extension</i>) dan Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	177

Lampiran 50 – Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 + bX_2$	180
Lampiran 51 – Perhitungan Uji Signifikansi Simultan (Uji F) Regresi Y atas X_1 dan X_2	182
Lampiran 52 – Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Regresi Y atas X_1 dan X_2	183
Lampiran 53 – Perhitungan Koefisien Korelasi Y atas X_1 dan X_2	184
Lampiran 54 – Perhitungan Koefisien Determinasi Y atas X_1 dan X_2	185
Lampiran 55 – Tabel Nilai-nilai r <i>Product Moment</i> dari <i>Pearson</i>	186
Lampiran 56 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F	187
Lampiran 57 – Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t.....	188
Lampiran 58 – Hasil <i>Survey</i> Awal	189
Lampiran 59 – Daftar Nama Responden Uji Coba	202
Lampiran 60 – Daftar Nama Responden Final.....	203