

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Perluasan Merek.....	10
2.2 Merek.....	11
2.3 Persepsi Kecocokan.....	14
2.4 Keinovatifan Konsumen	15
2.5 Sikap.....	16
2.6 Niat Beli.....	19
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.7.1 Hubungan Antara Reputasi Merek Induk Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Perluasa Merek.....	21
2.7.2 Hubungan Antara Persepsi Kecocokan Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Perluasan Merek.....	22
2.7.3 Hubungan Antara Keinovatifan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Perluasan Merek.....	23
2.7.4 Hubungan Antara Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Pada Perluasan Merek.....	25

2.8	Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Tahapan Penelitian.....	27
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	27
3.2.1	Reputasi Merek Induk.....	27
3.2.2	Keinovatifan Konsumen.....	28
3.2.3	Sikap Terhadap Perluasan Merek.....	29
3.2.4	Niat Beli Terhadap Produk Perluasan.....	29
3.3	Lokasi dan Sampel.....	30
3.3.1	Sampel.....	30
3.3.2	Lokasi.....	32
3.4	Objek Penelitian.....	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data dan Jenis Data.....	32
3.5.1	Jenis Data.....	32
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6	Instrumen Penelitian.....	33
3.7	Pengujian Instrumen.....	33
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.7.3	Pra-Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.7.3.1	Pra-Uji Validitas.....	35
3.7.3.2	Pra-Uji Reliabilitas.....	36
3.8	Pengujian Hipotesis.....	37
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	37
3.8.2	Analisis Regresi.....	37
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	38
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	38
3.9	Pengujian Model.....	38
3.9.1	Uji F (Uji Serempak).....	38
3.9.2	Uji t (Uji Partial).....	39
3.9.3	Uji R Square.....	40
3.9.4	Tingkat Signifikansi Yang Digunakan.....	40
BAB IV ANALISA DATA DAN HASIL PENELITIAN.....		42
4.1	Karakter Responden.....	42
4.1.1	Jenis Kelamin.....	43
4.1.2	Usia.....	44

4.1.3	Pendidikan.....	44
4.1.4	Pekerjaan.....	45
4.1.5	Pengeluaran per Bulan.....	46
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.2.1	Uji Validitas.....	47
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.3	Statistik Deskriptif.....	50
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1	Uji Normalitas	52
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	53
4.5.	Pengujian Model.....	54
4.5.1	Uji R Square.....	54
4.5.2	Uji F.....	56
4.5.3	Uji t.....	57
4.6	Pembahasan Uji Hipotesis.....	58
4.6.1	Pengaruh Reputasi Merek Induk pada Sikap Konsumen terhadap Produk Perluasan merek.....	58
4.6.2	Pengaruh Perceived Fit terhadap Sikap Konsumen pada Produk Perluasan Merek.....	59
4.6.3	Pengaruh <i>Consumer Innovativeness</i> Pada Sikap Konsumen terhadap Produk Perluasan Merek.....	60
4.6.4	Pengaruh Sikap Terhadap Merek Perluasan Produk Pada Niat Beli Konsumen.....	61
BAB V PENUTUP.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Implikasi Manajerial.....	64
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian.....	66
5.4	Kontribusi Penelitian.....	67
5.4.1	Kontribusi Teoritis.....	67
5.4.2	Kontribusi Praktisi.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bintang Radler Lemon 0.0%.....	3
Gambar 1.2	Bintang Radler 2%.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji KMO.....	35
Tabel 3.2	Hasil Uji Rotated Component Matrix.....	36
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pertanyaan Konfirmasi..	43
Tabel 4.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Batas Usia.....	44
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan StatusPekerjaan.....	45
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata per Bulan.....	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.7	Hasil Rotated Component Matrix.....	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.9	Hasil Statistik Deskriptif.....	50
Tabel 4.10	Interval Nilai Penilaian Kuisioner.....	51
Tabel 4.11	Hasil Regresi Tahap I dan I.....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	57