

## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. LatarBelakangMasalah .....	1
1.2. RumusanMasalah .....	13
1.3.TujuanPenelitian .....	14
1.4. ManfaatPenelitian .....	15
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. KajianPustaka .....	16
2.2. <i>Review</i> PenelitianRelevan .....	34
2.3. KerangkaPemikiran .....	39
2.4. Hipotesis .....	42
BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. ObjekdanRuangLingkupPenelitian .....	43
3.2. MetodePenelitian .....	44
3.3. OperasionalisasiVariabelPenelitian .....	46
3.4. MetodePenentuanPopulasiatauSampel .....	48
3.5. ProsedurPengumpulan Data .....	50
3.6. MetodeAnalisis .....	51

**BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Unit Analisis .....	60
4.2. Hasil Pengujian dan Pembahasan .....	64
4.3. Implikasi Manajerial .....	122

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	131
5.2. Saran .....	134

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	<i>Top Brand Index</i> kategori sabun antiseptik 2012-2014.....	8
1.2	Perluasan Merek.....	10
1.3	Data jenis kelamin pra reset.....	11
1.4	Pernyataan butir 1 pra reset.....	12
1.5	Pernyataan butir 2 pra reset.....	12
2.1	Tabel dimensi pengetahuan merek.....	18
2.2	Tabel dimensi persepsi kualitas.....	23
2.3	Tabel dimensi inovasi konsumen.....	29
2.4	Tabel dimensi sikap pada perluasan merek.....	33
2.5	Penelitian terdahulu.....	38
3.1	Operasional Variabel.....	46
3.2	Skala Likert.....	48
4.1	Karakteristik responden .....	60
4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	61
4.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	61
4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	62
4.5	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	63
4.6	Uji validitas pengetahuan merek Dettol.....	65
4.7	Uji validitas persepsi kualitas Dettol.....	65

4.8 Uji validitas inovasi konsumen Dettol.....	66
4.9 Uji validitas sikap pada perluasan merek Dettol.....	66
4.10 Uji validitas pengetahuan merek Lifebuoy.....	67
4.11 Uji validitas persepsi kualitas Lifebuoy.....	67
4.12 Uji validitas inovasi konsumen Lifebuoy .....	68
4.13 Uji validitas sikap pada perluasan merek Lifebuoy.....	68
4.14 Uji reliabilitas Dettol.....	69
4.15 Uji reliabilitas Lifebuoy.....	69
4.16 Nilai analisis deskriptif pengetahuan merek Dettol.....	70
4.17 Nilai analisis deskriptif persepsi kualitas Dettol.....	72
4.18 Nilai analisis deskriptif inovasi konsumen Dettol.....	76
4.19 Nilai analisis deskriptif sikap pada perluasan merek Dettol.....	78
4.20 Nilai analisis deskriptif pengetahuan merek Lifebuoy.....	80
4.21 Nilai analisis deskriptif persepsi kualitas Lifebuoy.....	81
4.22 Nilai analisis deskriptif inovasi konsumen Lifebuoy.....	84
4.23 Nilai analisis deskriptif sikap pada perluasan merek Lifebuoy.....	86
4.24 Uji normalitas Dettol.....	89
4.25 Uji normalitas Lifebuoy.....	90
4.26 Uji linearitas Dettol.....	91
4.27 Uji linearitas Lifebuoy.....	92
4.28 Uji linearitas Dettol dan Lifebuoy.....	93
4.29 Uji multikolinearitas Dettol.....	94
4.30 Uji multikolinearitas Lifebuoy.....	95

4.31 Uji heteroskedesitas Dettol.....	96
4.32 Uji heteroskedesitas Lifebuoy.....	97
4.33 Uji t pengetahuan merek terhadap sikap pada perluasan merek Dettol....	98
4.34 Uji R pengetahuan merek terhadap sikap pada perluasan merek Dettol...	99
4.35 Uji t pengetahuan merek terhadap sikap pada perluasan Lifebuoy.....	100
4.36 Uji R pengetahuan merek terhadap sikap pada perluasan Lifebuoy.....	101
4.37 Uji t persepsi kualitas terhadap sikap pada perluasan merek Dettol.....	102
4.38 Uji R persepsi kualitas terhadap sikap pada perluasan merek Dettol.....	103
4.39 Uji t persepsi kualitas terhadap sikap pada perluasan merek Lifebuoy..	104
4.40 Uji R persepsi kualitas terhadap sikap pada perluasan merek Lifebuoy..	105
4.41 Uji t inovasi konsumen terhadap sikap pada perluasan merek Dettol.....	107
4.42 Uji R inovasi konsumen terhadap sikap pada perluasan merek Dettol....	108
4.43 Uji t inovasi konsumen terhadap sikap pada perluasan Lifebuoy.....	109
4.44 Uji R inovasi konsumen terhadap sikap pada perluasan Lifebuoy.....	110
4.45 Uji F $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y Dettol.....	111
4.46 Koefisien $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y Dettol.....	112
4.47 Determinasi $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y Dettol.....	115
4.48 Uji F $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y Lifebuoy.....	116
4.49 Koefisien $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y Lifebuoy.....	117
4.50 Determinasi $X_1, X_2, X_3$ terhadap Y Lifebuoy.....	120

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.2	Kerangka Pemikiran.....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1.	Output Pengujian Statistik dengan SPSS
2.	Langkah Pengujian Statistik dengan SPSS
3.	Kuesioner
4.	Rekapitulasi Data Kuesioner

