

**PENGARUH *BRAND EXTENSION*, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**MUHAMMAD NAUFAL TAUFIK**

**8135162543**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

***THE EFFECT OF BRAND EXTENSION, PRODUCT QUALITY  
AND AFTER SALES SERVICE TOWARDS STUDENT'S  
PURCHASE DECISION XIAOMI SMARTPHONE IN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

**MUHAMMAD NAUFAL TAUFIK**

**8135162543**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

***BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

**MUHAMMAD NAUFAL TAUFIK**, Pengaruh *Brand Extension*, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, Kampus A selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 150 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 23,205 + 0,372 X_1 + 0,282 X_2 + 0,349 X_3$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,072, X1 bernilai sebesar 0,200, X2 bernilai sebesar 0,096 dan X3 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi keempat variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X1, Y atas X2 dan Y atas X3 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X1  $t_{hitung} = 3,875$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ , Y atas X2  $t_{hitung} = 3,454$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ , Y atas X3  $t_{hitung} = 3,481$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ . Nilai koefisien korelasi antara variabel *brand extension* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,458, nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,454 dan nilai koefisien korelasi antara layanan purna jual (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,484. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara *brand extension* dengan keputusan pembelian, serta kualitas produk dengan keputusan pembelian dan terdapat hubungan positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X1, X2 dan X3 yang diperoleh sebesar 0,372 yang menunjukkan bahwa 37,2% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh *brand extension*, kualitas produk dan layanan purna jual. Sementara itu, sisanya 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Brand Extension, Kualitas Produk, Layanan Purna Jual**

## **ABSTRACT**

**MUHAMMAD NAUFAL TAUFIK**, *The Effect of Brand Extension, Product Quality and After Sales Service Towards Student's Purchase Decision Xiaomi Smartphone in Universitas Negeri Jakarta*

*The purpose of this study was to determine the effect of brand extension, product quality and after-sales service on purchasing decisions of Xiaomi smartphones at Jakarta State University students. This research was conducted at Jakarta State University, Campus A for 6 months from January to June 2020. The research method used by researchers was a survey method with a correlational approach, the population used was all students of Jakarta State University. The sampling technique used was purposive sampling technique of 150 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 23.205 + 0.372 X1 + 0.282 X2 + 0.349 X3$ . Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y value of 0.072, X1 of value of 0.200, X2 of value of 0.096 and X3 of value of 0.200. Because the significance level of the four variables > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y for X1, Y for X2 and Y for X3 produces a significance value in Linearity, which is 0,000 < 0.05, so it is concluded that it has a linear relationship. Next, a t test was carried out and Y was produced over X1 count = 3,875 and ttable = 1.65536, Y over X2 count = 3.454 and ttable = 1.65536, Y over X3 count = 3.481 and ttable = 1.65536. Correlation coefficient between the brand extension variable (X1) to the purchase decision (Y) of 0.458, the correlation coefficient between the product quality variable (X2) to the purchase decision (Y) of 0.454 and the correlation coefficient between after-sales service (X3) to the decision purchases (Y) of 0.484. So, there is a positive and significant relationship between Extenson's brand and purchasing decisions, as well as product quality and purchasing decisions, and there is a positive and significant relationship between after sales service and purchasing decisions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between brand extension, product quality and after sales service to the purchase decision. Y coefficient of determination of X1, X2 and X3 obtained by 0.372 which shows that 37.2% of the purchase decision variable is determined by brand extension, product quality and after sales service. Meanwhile, the remaining 62.8% is influenced by other factors.*

**Keywords:** *Purchase Decision, Brand Extension, Product Quality, After Sales Service*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

| No | Nama   | Tanda Tangan   | Tanggal         |
|----|--|--|-----------------|
| 1  | <u>Dra. Corry Yohana, M. M</u><br>NIP. 195909181985032011<br>(Ketua)               |    | 06 Agustus 2020 |
| 2  | <u>Terrylina Arvinta M, SE., MM</u><br>Nidk. 8854660018<br>(Sekretaris)            |    | 05 Agustus 2020 |
| 3  | <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u><br>NIP. 195507221982102001<br>(Penguji Ahli)   |  | 26 Agustus 2020 |
| 4  | <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M. Si</u><br>NIP. 196610302000121001<br>(Pembimbing 1) |  | 24 Agustus 2020 |
| 5  | <u>Ryna Parlyna, MBA</u><br>NIP. 197701112008122003<br>(Pembimbing 2)              |  | 26 Agustus 2020 |

Nama : Muhammad Naufal Taufik  
No. Registrasi : 8135162543  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 27 Juli 2020

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2020

Yang membuat pernyataan



**Muhammad Naufal Taufik**  
No. Reg. 8135162543



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Naufal Taufik  
NIM : 8135162543  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Pendidikan Bisnis  
Alamat email : naufaltaufik12@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual terhadap Kerukusan Pembelian Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(Muhammad Naufal Taufik )  
nama dan tanda tangan

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Patience is the key”*

*“Sucikanlah nama Tuhanmu Yang Mahatinggi”*

(QS. Al-A'la: 1)

*“Untukmu agamamu, dan untukku agamaku”*

(QS. Al-Kafirun: 6)

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk Ibu, Bapak, kakk dan adik Saya yang selalu memberikan Doa, dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita Saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bapak Nurdin dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Extension*, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi Pada Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu,saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA sebagai dosen pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
4. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta saya, yaitu Bapak M. Taufik Rasyid dan Ibu Suzie Carmelita, serta kakak dan adik saya Anantasya Fitri Andini dan M. Falih Ramadhan yang selalu menemani mendukung dan menyayangi saya dengan tulus.
7. Talitha, Fadil, Iqbal, Ilham, Ammar, Prita, Clara, Diana, Sonia dan teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan

Jakarta, Juli 2020

Muhamad Naufal Taufik