

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BEDAK WAJAH MAYBELLINE
PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

RADINA SALSABILA

193402516236



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2023

**PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BEDAK WAJAH MAYBELLINE
PADA GEN-Z MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

RADINA SALSABILA

193402516236



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BEDAK WAJAH MAYBELLINE PADA GEN-Z MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk meraih gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta,



Radina Salsabila

NPM : 193402516236

LEMBAR PERSETUJUAN

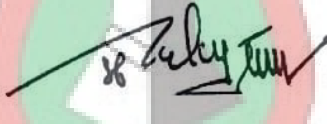
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BEDAK WAJAH MAYBELLINE PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama : **RADINA SALSABILA**

Nomor Pokok : **193402516236**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

Menyetujui
Kepala Prodi Studi Manajemen


(Resi Hardini, S.E., M.Si.)



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BEDAK WAJAH MAYBELLINE PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

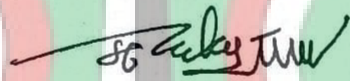
Nama : **RADINA SALSABILA**

Nomor Pokok : **193402516236**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

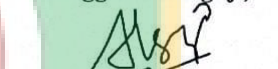
Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,


(Prof. Dr. Lijan Poltak Smanjeda, M.M.)

Anggota / Penguji,


(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Dekan

(Kumba Drgdowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta : 21 Februari 2023

Tanggal Lulus : 2023

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BEDAK WAJAH MAYBELLINE PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL

Oleh :

Radina Salsabila

NPM : 193402516236

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pada Inovasi Produk, Citra Merek dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli produk bedak wajah *Maybelline* pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengolahan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 25 dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden Mahasiswa FEB Universitas Nasional dan mengetahui produk bedak wajah *Maybelline*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk bedak wajah *Maybelline*, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk bedak wajah *Maybelline*, *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk bedak wajah *Maybelline*.

Kata kunci : Inovasi Produk, Citra Merek, *Word of Mouth*

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, BRAND IMAGE AND WORD OF MOUTH ON INTEREST IN BUYING MAYBELLINE FACE POWDER IN STUDENTS OF FEB NASIONAL UNIVERSITY

By :

Radina Salsabila

NPM : 193402516236

Thesis, under the guidance Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

This study aims to analyze the influence of Product Innovation, Brand Image and Word of Mouth on Interest in Buying Maybelline face powder products in FEB National University Students. The research method used is a quantitative method and uses multiple linear regression analysis with processing using Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 25 with data collection methods through questionnaires to 100 respondents from FEB Nasional University students and know Maybelline face powder products. The results of this study indicate that the Product Innovation variable has a positive and significant effect on Buying Interest for Maybelline face powder products, Brand Image has a positive and significant effect on Buying Interest for Maybelline face powder products, Word of Mouth has a positive and significant effect on Interest Buy Maybelline face powder products.

Keywords: *Product Innovation, Brand Image, Word of Mouth*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama : Radina Salsabila
2. Tempat, Tanggal Lahir : Depok, 06 Desember 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. H. Muhari No.17 RT 01/03
Kecamatan Cilodong Kota Depok
5. No. Handphone : 081952200092
6. Status : Belum Menikah Islam
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : radinasalsabila17663@gmail.com

B. Data Pendidikan Formal

1. Tahun 2007 s/d 2013 : MI An-nizhomiyah
2. Tahun 2013 s/d 2016 : MTS Qotrun Nada
3. Tahun 2016 s/d 2019 : SMK Tunas Bangsa Depok
4. Tahun 2019 s/d 2023 : Universitas Nasional



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli produk bedak wajah Maybelline Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, tentu saja tidak luput dari berbagai pihak yang berperan dan telah banyak membantu, serta menjadi sumber kekuatan penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang sudah di tentukan, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. Selaku Ketua Studi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. Selaku Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sekaligus dosen pembimbing tugas akhir yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi penulis selama melakukan penyusunan tugas akhir.
6. Seluruh staff administrasi khususnya staff layanan Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang selama ini selalu melayani dengan baik dan membantu kelancaran penyusunan tugas akhir ini.

7. Untuk kedua orang tua saya Bapak Nazamudin dan Ibu Neneng hasanah, terimakasih banyak atas setiap doa, usaha, kesabaran, dan kasih sayang yang berlimpah yang selalu diberikan kepada saya, karena kalian adalah alasan saya masih berdiri hingga detik ini serta kalian juga alasan saya untuk menjadi salah satu kebanggaan bagi keluarga.
8. Untuk Bimo Putro Karsodimedjo, terimakasih banyak atas segala nya, atas waktu, atas support dan atas kesabarannya dalam penyusunan tugas akhir ini yang akhirnya bisa terbayar. Salah satu support system yang selalu membantu untuk memastikan kita bisa sama sama lulus, terimakasih untuk selalu ada disamping saya pada masa masa terberat. Terimakasih untuk segalanya.
9. Untuk pihak pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terimakasih telah membantu saya dalam penyusunan tugas akhir, dan memberikan semangat baik langsung maupun tidak langsung untuk saya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan didalam penulisan tugas akhir ini, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang belum banyak diketahui oleh penulis, untuk itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	6
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Manajemen Pemasaran	8
1. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	9
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	9
3. Proses Manajemen Pemasaran	9
4. Unsur-Unsur Manajemen Pemasaran.....	11
5. Bauran Pemasaran.....	12
6. Minat Beli	13
a. Pengertian Minat Beli	13
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli	13
c. Indikator Minat Beli.....	13
a. Pengertian Inovasi Produk	14

b.	Karakteristik Inovasi Produk	15
c.	Jenis Inovasi Produk	16
8.	Citra Merek	17
a.	Pengertian Citra Merek	17
b.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek	17
c.	Manfaat Citra Merek	18
d.	Indikator Citra Merek	18
9.	<i>Word Of Mouth</i>	19
a.	Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	19
b.	Jenis <i>Word Of Mouth</i>	19
c.	Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	19
d.	Indikator <i>Word Of Mouth</i>	20
B.	Keterkaitan Antar Variabel	20
1.	Pengaruh Inovasi produk terhadap Minat Beli	20
2.	Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli	21
3.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	22
C.	Penelitian Terdahulu	22
D.	Kerangka Analisis	26
E.	Hipotesis	27
BAB III	29
METODE PENEITIAN	29
A.	Objek Penelitian	29
B.	Data Penelitian	29
1.	Sumber Data dan Jenis Data	29
2.	Populasi dan sampel	30
3.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	31
C.	Definisi Operasional	32
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33
1.	Metode Analisis Deskriptif	33
2.	Metode Analisis Inferensial	33
a.	Uji Instrumen Penelitian	34
b.	Uji Asumsi Klasik	35
c.	Uji Kelayakan Model	37
d.	Analisis Regresi Linear Berganda	38
e.	Pengujian Hipotesis (Uji t)	39

BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Deskripsi Data Penelitian.....	41
a. Sejarah singkat Produk Maybelline	41
b. Visi, Misi, dan Tagline Maybelline (L'oreal)	41
2. Karakteristik Responden.....	42
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
3. Hasil lengkap estimasi penelitian.....	45
a. Metode Analisis Deskriptif	45
b. Metode Analisis Inferensial	50
1) Uji Instrumen Penelitian	50
2) Uji Asumsi Klasik.....	51
3) Uji Kelayakan Model.....	55
4) Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
5) Pengujian Hipotesis (Uji t).....	57
B. Pembahasan.....	58
1) Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli	58
2) Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	59
3) Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	60
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	4
Tabel 2. 1.....	23
Tabel 3. 1.....	32
Tabel 3. 2.....	32
Tabel 4. 1.....	43
Tabel 4. 2.....	44
Tabel 4. 3.....	45
Tabel 4. 4.....	46
Tabel 4. 5.....	47
Tabel 4. 6.....	48
Tabel 4. 7.....	49
Tabel 4. 8.....	50
Tabel 4. 9.....	51
Tabel 4. 10.....	52
Tabel 4. 11.....	53
Tabel 4. 12.....	54
Tabel 4. 13.....	55
Tabel 4. 14.....	55
Tabel 4. 15.....	56
Tabel 4. 16.....	56
Tabel 4. 17.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	3
Gambar 2. 1.....	26
Gambar 4. 1.....	43
Gambar 4. 2.....	44
Gambar 4. 3.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Responden

Lampiran II Tabulasi Data

Lampiran III *Output spss*

