

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MINUMAN HAUS DI
STORE PEJATEN JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

VINGKY SIRAIT

223402516406



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

2026

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MINUMAN HAUS
DI STORE PEJATEN JAKARTA SELATAN**

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

Oleh:

VINGKY SIRAIT

223402516406



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

2026

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH VARIASI PRODUK *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MINUMAN HAUS DI STORE PEJATEN JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Februari 2026



Vingky Sirait
NPM: 223402516406

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

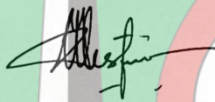
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK BRAND IMAGE DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
MINUMAN HAUS DI STORE PEJATEN JAKARTA**

SELATAN

Nama Mahasiswa : **Vingky Sirait**
Nomor Pokok : **223402516406**
Program Studi : **Manajemen**

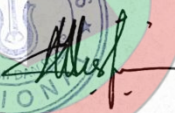
Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Ketua Program Studi
Manajemen


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 13 Maret 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG MINUMAN HAUS DI STORE PEJATEN JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Vingky Sirai**

Nomor Pokok : **223402516406**

Program Studi : **Manajemen**

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

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr Resti Hardi, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji,

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Mengetahui Dekan,

(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 13, Maret, 2026

Tanggal Lulus:2026

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG MINUMAN HAUS DI STORE PEJATEN, JAKARTA SELATAN

Oleh : Vingky Sirait

NPM : 223402516406

Skripsi dibawah ini dibimbing Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi produk, brand image, dan word of mouth terhadap minat beli ulang konsumen minuman HAUS di Store Pejaten. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk HAUS di Store Pejaten. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk, brand image dan word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Variabel brand image memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan minat beli ulang konsumen. Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu meningkatkan inovasi variasi produk, memperkuat citra merek, serta mendorong komunikasi positif antar konsumen untuk meningkatkan minat beli ulang. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel dan objek penelitian.

Kata kunci : Variasi Produk, Brand Image, Word Of Mouth dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT

“THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIETY, BRAND IMAGE, AND WORD OF MOUTH ON REPURCHASE INTENTION OF HAUS BEVERAGES AT THE PEJATEN STORE, SOUTH JAKARTA.”

By : Vingky Sirait
NPM : 223402516406

The thesis under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Sc

This study aims to analyze the effect of product variation, brand image, and word of mouth on the repurchase intention of HAUS beverage consumers at the Pejaten Store. The research method used is a quantitative method with an observational approach. The population in this study consists of consumers who have previously purchased HAUS products at the Pejaten Store. The sampling technique used is purposive sampling with a total sample of 100 respondents. Data were collected through the distribution of questionnaires to respondents. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis with the assistance of the SPSS program.

The results of the study indicate that product variation, brand image, and word of mouth have a positive and significant effect on consumers' repurchase intention. The brand image variable has the most dominant influence in increasing consumers' repurchase intention. The findings of this study imply that companies need to enhance product variation innovation, strengthen brand image, and encourage positive communication among consumers in order to increase repurchase intention. This study has limitations related to the number of samples and the research object.

Keywords: Product Variation, Brand Image, Word of Mouth, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus atas anugerah-Nya dan kasih setia disepanjang hidup penulis. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “ PENGARUH VARIASI PRODUK, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MINUMAN HAUS DI STORE PEJATEN JAKARTA SELATAN”. Dapat diselesaikan oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Manajemen **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**.

Dalam penulisan tugas akhir ini tentu terdapat kendala yang dihadapi penulis. Dengan adanya arahan/bimbingan, dukungan, dan bantuan serta doa yang dipanjatkan dari banyak pihak, maka mempermudah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan demikian, penulis menyaymakan terima kasih kepada :

1. Sang Juru Selamat Tuhan Yesus Kristus yang selalu senantiasa mengiringi langka dan masa depan penulis yang penuh harapan.
2. Bapak Dr. Drs. El Army Bermawi Putera, M.A.Selaku Rektor Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti hardini, S.E., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran,, serta memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Dosen pengajar di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah mentransfer ilmu bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
7. Kedua orang tua tersayang, ayah (O. Sirait) dan Mama (Dm. Romauli Nainggolan). Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun ayah dan mama tidak sempat merasakan

pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak muda, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semogah dengan adanya skripsi ini dapat membuat ayah dan mama lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan terakhirnya ini menyalah gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga ayah dan mama selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.

8. kakak perempuan penulis, Serda Hanna.E.L. Sirait serta suami (Sertu Alvin.N.Sihombing). Terima kasih telah kebersamaan penulis selama ini dan terima kasih atas pengorbanan, perjuangan, dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
9. Tak lupa kepada kakak laki-laki penulis, Aria.D. Sirait. Terima kasih sudah menjadi bagian dari proses pendewasaan penulis, untuk semua hal hal menyenangkan dan menyedikan yang pernah kita lalui bersama, untuk semua nasehat dan perhatian selama ini. Hiduplah dengan baik dan bahagia.
10. Paman (Tulang) terbaik Yacob Nainggolan, terima kasih untuk nasehat, dukungan, pengalaman serta semua uang yang dikeluarkan untuk pendidikan penulis, maaf di beberapa moment penulis masih mengecewakan. Harapan penulis semoga Tulang semakin diberkati Tuhan untuk menjadi Berkat.
11. Adelia Rizkianti dan Fatima Beisilah selaku teman seperjuangan yang selalu membantu, mensupport dan mendengarkan keluh kesah penulis
12. Kak Mimi, Sodang Silaban, Meilani Silalahi dan Noumy Agnes selaku teman rohani penulis. Terima kasih sudah mau menjadi tempat pulangny penulis disaat penulis sedang tidak baik-baik saja. Besar harapan penulis semuanya kita bisa menjadi berkat, menjadi garam dunia dan menjadi anak-anak pilihan-Nya yang mendapatkan berkat melimpah seperti yang sudah dijanjikan Tuhan Yesus kepada kita.

13. Terakhir tapi tidak kalah penting, aku ingin berterima kasih pada diriku. Karena percaya kepada diriku. Aku ingin berterima kasih pada diriku karena melakukan semua kerja keras ini. Aku ingin berterima kasih pada diriku karena tidak ada hari libur. Aku ingin berterima kasih pada diriku karena tidak pernah berhenti.



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Direndakan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prover Them Wrong* “

“Gonna fight and don't stop, until you are proud”

“ maka demi nyawamu, bertekunlah mengasihi TUHAN, Allahmu “
(Yosua 23:11)

“Sekalipun ayahku dan ibuku meninggalkan aku, namun TUHAN menyambut aku”
(Mazmur 27:10)

“Karena masa depan **sunggu ada**, dan harapanku tidak akan hilang “
(Amsal 23:18)

“Tetaplah Berdoa”
(1 Tesalonika 5:17)



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Manajemen Pemasaran	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
B. Variasi Produk	7
1. Pengertian Produk	7
2. Pengertian variasi Produk	7
3. Tujuan variasi Produk	8
4. Indikator variasi produk	8
C. Brand image.....	9
1. Pengertian Brand image	9
2. Faktor-faktor Brand image.....	10
3. Komponen brand image	10
4. Indikator brand image	11
D. Word of mouth	12
1. Pengertian Word of mouth	12

2. Manfaat Word of mouth	12
3. Indikator Word of mouth	13
E. Minat Beli Ulang	14
1. Pengertian minat beli ulang	14
2. Faktor-faktor minat beli ulang	14
3. Dimensi minat beli ulang	15
4. Indikator minat beli ulang	16
F. Keterkaitan Antar Variabel	16
1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang	16
2. Pengaruh Brand image terhadap Minat Beli Ulang	16
3. Pengaruh Word of mouth terhadap Minat Beli Ulang	17
G. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	17
H. Kerangka Analisis	19
I. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Objek Penelitian	21
B. Data Peneliti	21
1. Sumber Data dan Jenis Data	21
2. Populasi dan Sampel	21
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	23
C. Defenisi Operasional	23
D. Metode Analisis dan Penguji Hipotesis	25
1. Metode Analisis	25
2. Uji Instrumen	25
3. Uji Asumsi Klasik	26
4. Uji Multikolineritas	26
5. Uji Heteroskedastisitas	27
6. Uji Autokorelasi	27
7. Analisis regresi linear berganda	28
8. Uji Kelayakan Model	28
E. Penguji Hipotesis (uji t)	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30

A. Hasil Penelitian	30
1. Deskripsi Data dan Penelitian	30
2. PT. Inspirasi Bisnis Nusantara	30
3. Karakteristik Responden	32
B. Hasil Analisis Deskriptif	35
C. Analisis Deskriptif.....	36
1. Uji Instrumen.....	39
2. Uji keandalan.....	40
3. Uji Asumsi Klasik	41
4. Uji Normalitas	41
5. Uji Multikolinearitas	42
6. Uji Heteroskedastisitas	43
7. Uji Autokorelasi	44
8. Analisis Inferensial	45
9. Uji kelayakan model.....	46
D. Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Minuman Haus di Store Pejabaten (2025)	2
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Hasil Penelitian	17
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala likert	23
Tabel 3. 2 Defenisi operasional	24
Tabel 4. 1 Daftar Menu Minuman Haus	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 4. 5 Berdasarkan Karakteristik Pendapatan.. Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 6 Average Total Mean Variabel Variasi Produk	36
Tabel 4. 7 Average Total Mean Variabel <i>Brand Image</i>	37
Tabel 4. 8 Average Total Mean Variabel <i>Word Of Mouth</i>	38
Tabel 4. 9 Average Total Mean Variabel Minat Beli Ulang	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji NormalitasOne-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	41
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	43
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi.....	44
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisi Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefesien Determinasi R^2	47
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	20
Gambar 4. 1 Daftar Menu Minuman Haus.....	31
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin	33
Gambar 4. 3 Usia.....	34
Gambar 4. 4 Pekerjaan.....	35

