

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA
GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL
TUGAS AKHIR**

HEMALIA PUTRI

223402516047



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

2026

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA
GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL**

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

TUGAS AKHIR

HEMALIA PUTRI

223402516047



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

2026

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL

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 di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 12 Februari 2026



Hemalia Putri

NPM: 223402516047



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL

Nama Mahasiswa : Hemalia Putri

Nomor Pokok : 223402516047

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 12 Februari 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL**

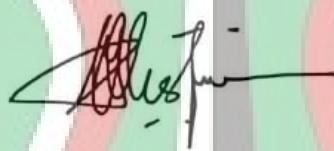
Nama Mahasiswa : Hemalia Putri

Nomor Pokok : 223402516047

Program Studi : Manajemen

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

**Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,**



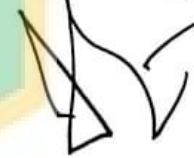
(Dr. Resti Hardni, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji



(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji



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

Mengetahui

Dekan



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

Jakarta, 12 Februari 2026

Tanggal Lulus: 25 Februari 2026

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL

Oleh:

Hemalia Putri

NPM: 223402516047

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi produk, citra merek, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah pada Generasi Z di Universitas Nasional. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Generasi Z pengguna lipstik Wardah di Universitas Nasional. Teknik analisis data dalam penelitian ini diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 24 untuk menguji pengaruh antar variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah, citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah, serta word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Variasi Produk, Citra Merek, Word of Mouth (WOM)

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRODUCT VARIATION, BRAND IMAGE, AND
WORD OF MOUTH (WOM) ON PURCHASE DECISIONS OF
WARDAH LIPSTICK AMONG GENERATION Z AT
UNIVERSITASNASIONAL**

By:

Hemalia Putri

NPM: 223402516047

Thesis, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

This research aims to analyze the influence of product variation, brand image, and word of mouth on the purchasing decision of Wardah lipstick among Generation Z at Universitas Nasional. This study uses a quantitative method with primary data collected through the distribution of questionnaires to 100 Generation Z respondents who are users of Wardah lipstick at Universitas Nasional. The data were analyzed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 24 to examine the effects among the research variables. The results indicate that product variation has a positive and significant effect on the purchasing decision of Wardah lipstick, brand image also has a positive and significant effect, and word of mouth has a positive and significant influence on the purchasing decision. Therefore, it can be concluded that all independent variables play an important role in influencing consumers' purchasing decisions.

Keywords: *Product Variation, Brand Image, Word of Mouth (WOM)*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai strata satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, dengan judul **“PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH PADA GENERASI Z DI UNIVERSITAS NASIONAL”**

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mengalami beberapa hambatan. Namun, berkat dukungan, kerja sama, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak, seluruh hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan kesehatan, kekuatan, dan kesempatan kepada saya dalam setiap langkah dan usaha, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
3. Bapak Prof. 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 Hardani, S.E., M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional sekaligus Dosen Pembimbing, yang telah berkenan memberikan arahan, solusi, serta membantu

menyempurnakan kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

6. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional, khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan kepada anak didiknya sehingga dapat tumbuh dan berkembang dalam proses belajar mengajar.
8. Seluruh Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
9. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan doa, dukungan, perhatian, dan kerja keras, serta bantuan moral dan materi selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan baik.
10. Teruntuk adik saya tersayang, terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
11. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan skripsi atas kesediaan, kebaikan, dan waktu yang telah diluangkan untuk membantu, berdiskusi, serta menjawab berbagai pertanyaan seputar skripsi. Dukungan dan kerja sama yang diberikan membuat proses penyusunan tugas akhir ini terasa lebih ringan dan berkesan.
12. Terima kasih kepada sahabat saya yang senantiasa memberikan masukan, motivasi, serta kebersamaan, sehingga proses penyusunan tugas akhir ini terasa lebih ringan bagi saya.
13. Terima kasih kepada seluruh responden mahasiswi Universitas Nasional yang telah membantu saya dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
14. Kepada diri saya sendiri, Hemalia Putri, terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan keteguhan dalam menyelesaikan skripsi ini. Banyak rintangan yang telah dihadapi, dan meskipun sering merasa lelah, ragu, hampir menyerah, atau putus asa, saya tetap berusaha memberikan yang terbaik. Terima kasih telah selalu kuat dan bangkit walaupun jatuh, serta berusaha memberikan yang terbaik, terutama untuk diri saya sendiri, orang tua, dan semua orang baik di

sekitar saya. Semoga seluruh proses yang telah dilalui menjadi motivasi untuk terus melangkah dan meraih cita-cita di masa depan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sebagai bahan perbaikan dan pembelajaran di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, atas perhatian dan masukan yang diberikan penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Penulis,

Hemalia Putri

223402516047

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACK</i>	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pemasaran.....	7
B. Variasi Produk.....	8
1. Pengertian Variasi Produk.....	8
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Variasi produk.....	9
3. Tingkatan Variasi Produk.....	9
4. Indikator Variasi Produk.....	10
C. Citra Merek.....	11
1. Pengertian Citra Merek.....	11
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	11
3. Manfaat Citra Merek.....	12
4. Indikator Citra Merek.....	12
D. Word of Mouth (WOM).....	13
1. Pengertian Word of Mouth (WOM).....	13

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Word of Mouth (WOM)	13
3. Dimensi Word of Mouth (WOM)	14
4. Indikator Word of Mouth (WOM)	15
E. Keputusan Pembelian.....	15
1. Pengertian Keputusan Pembelian	15
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
3. Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	18
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	19
F. Keterkaitan Antar Variabel	19
1. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	19
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	20
3. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
G. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	21
H. Kerangka Analisis.....	24
I. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Data Penelitian.....	26
1. Sumber Data dan Jenis Data	26
2. Populasi dan Sampel.....	27
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	29
C. Jenis Variabel Yang Digunakan	29
D. Definisi Operasional Variabel.....	30
E. Metode Analisis	31
1. Metode Analisis Deskriptif.....	31
2. Uji Instrumen	31
3. Uji Asumsi Klasik.....	32
4. Metode Analisis Inferensial	35
5. Uji Kelayakan Model.....	36
6. Pengujian Hipotesis (Uji t)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Deskripsi Data Penelitian.....	38

2. PT Paragon Technology and Innovation (PTI)	38
3. Karakteristik Responden	40
4. Hasil Analisis Deskriptif	42
5. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	57
1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	57
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	58
3. Pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Kategori Lipstik (Tahun 2021-2025)	1
Tabel 2. 1 Hasil Rujukan Penelitian	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	30
Tabel 4. 1 Macam-Macam Produk Liptik Wardah	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 4 Rata-Rata (Mean) Total Variabel Variasi Produk (X1).....	43
Tabel 4. 5 Rata-Rata (Mean) Total Variabel Citra Merek (X2).....	44
Tabel 4. 6 Rata-Rata (Mean) Total Variabel Word of Mouth (X3).....	45
Tabel 4. 7 Rata-Rata (Mean) Total Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 12 Uji Glejser	51
Tabel 4. 13 Hasil uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2. 2 Kerangka Analisis	24
Gambar 4. 1 Diagram Persentase Pendapatan Responden.....	40
Gambar 4. 2 Diagram Persentase Pekerjaan Responden	41

