

**PENGARUH VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA LIPGLOSS WARDAH**

(Studi kasus konsumen di Jakarta Timur)

***THE EFFECT OF VARIATION AND WORD OF MOUTH ON
BRAND SWITCHING ON WARDAH LIPGLOSS***

(Case study of consumers in East Jakarta)

Oleh:

Nur Putri Zainisa

2018410073

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

**PENGARUH VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA LIPGLOSS WARDAH**

(Studi kasus konsumen di Jakarta Timur)

***THE EFFECT OF VARIATION AND WORD OF MOUTH ON
BRAND SWITCHING ON WARDAH LIPGLOSS***

(Case study of consumers in East Jakarta)

Oleh:

Nur Putri Zainisa

2018410073

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

**PENGARUH VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA LIPGLOSS WARDAH**

***THE EFFECT OF VARIATION AND WORD OF MOUTH ON
BRAND SWITCHING ON WARDAH LIPGLOSS***

Oleh :
Nur Putri Zainisa
2018410073


SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada


Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 22 Februari 2022




Drs. Fauzi Baisvir, MM
Pembimbing



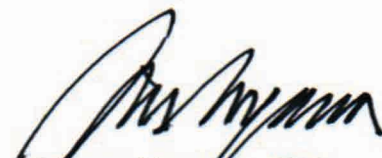
Dr. Firsan Nova
Penguji I



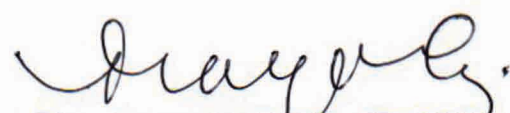
Resa Nurlaela Anwar, SE., MM
Penguji II



Drs. Fauzi Baisvir, MM
Penguji III



Mu'man Nuryana, PhD
Dekan Fakultas Ekonomi



Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Putri Zainisa

NIM : 2018410073

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Variasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Perpindahan Merek Pada Lipgloss Wardah** yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Nur Putri Zainisa

ABSTRAK

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi dan *word of mouth* terhadap perpindahan merek pada lipgloss wardah. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yaitu responden yang ingin berpindah merek dari lipgloss wardah ke lipgloss merek lain, minimal 1 bulan pemakaian di wilayah Jakarta Timur. Teknik sampel menggunakan *non-probability sampling* dan teknik alat analisis menggunakan Regresi linier sederhana dan linier berganda.

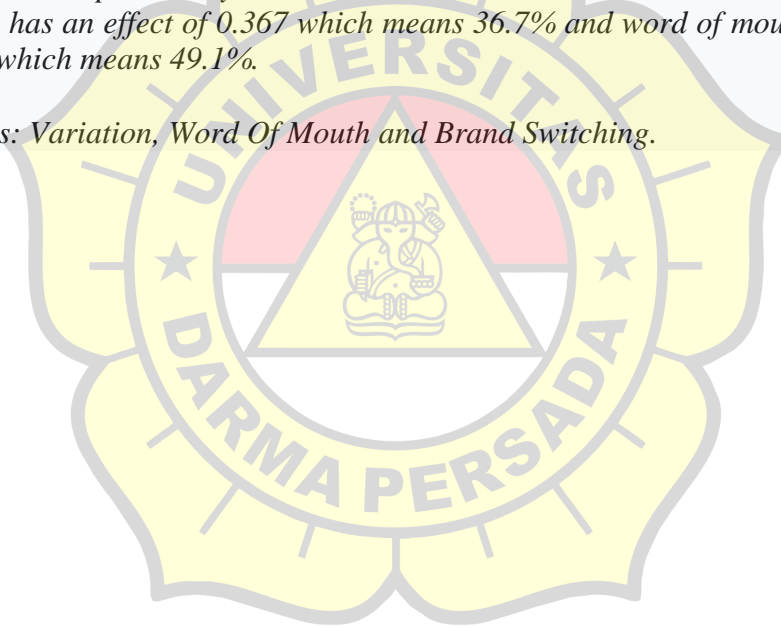
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi dan *word of mouth* berpengaruh terhadap perpindahan merek. Besarnya 0,497 dimana sebesar 49,7% variasi dan *word of mouth* pada lipgloss wardah dipengaruhi oleh perpindahan merek dan sisanya 50,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Secara parsial variasi memiliki pengaruh 0,367 yang berarti sebesar 36,7% dan *word of mouth* memiliki pengaruh sebesar 0,491 yang berarti sebesar 49,1%.

Kata Kunci : Variasi, *Word Of Mouth* dan Perpindahan Merek.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence variation and word of mouth have on changes in Wardah's lip gloss brand. The data collection method used is by giving questionnaires to 100 respondents, namely respondents who want to switch brands from Wardah lip gloss to other lip gloss brands, at least 1 month of use in the East Jakarta area. The sampling technique used is non-probability sampling and the analytical tools used are simple linear regression and multiple linear regression. The results of this study indicate that variations and word of mouth affect brand switching. The number is 0.497 where 49.7% of variation and word of mouth on Wardah lip gloss is influenced by brand change and the remaining 50.3% is influenced or explained by other variables not included in this study. Partially the variation has an effect of 0.367 which means 36.7% and word of mouth has an effect of 0.491 which means 49.1%.

Keywords: Variation, Word Of Mouth and Brand Switching.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “**PENGARUH VARIASI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PADA LIPGLOSS WARDAH**” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S.E.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena, itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Fauzi Baisyir, MM. selaku pembimbing penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi ini.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Mu'man Nuryana Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Orang Tua Tercinta Bapak Rahmad Zaini dan Ibu Nurbaiti yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan tepat waktu.
7. Kepada Muhammad Ezra adik penulis dan sepupu penulis Nur Rohmiasih Apriani dan Mayrani Ningrum Pratiwi yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Penulis ucapkan terimakasih banyak kepada semua sahabat selama kuliah di Universitas Darma Persada: Dea Tri Wulandari, Mutia Firdha Ivada, Fitri Nur Rahmawati dan Almh Khoirunnissa.
9. Dan penulis juga ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada Muhamad Muhaafidin teman special sekaligus partner penulis, yang sudah membantu, memberi semangat, dan memberi dukungan.
10. Teman-teman seperbimbingan penulis yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Terimakasih kepada diri sendiri yang telah semangat sampai tahap ini dan masih berjuang untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman angkatan 2018 jurusan Manajemen, yang memberikan masukan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan.

13. Seluruh pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap ALLAH SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan,

Jakarta, 16 November 2021

Nur Putri Zainisa



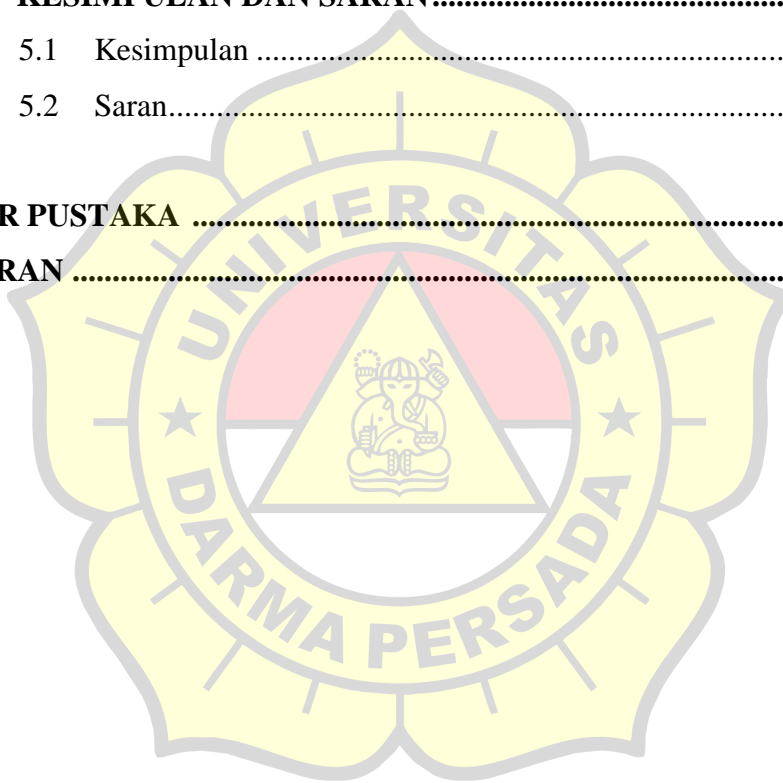
DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan, Rumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Pembahasan Masalah	7
1.2.3 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN ..	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Variasi.....	14
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	18

2.1.4 Merek.....	21
2.1.5 Perpindahan Merek.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Metode yang Digunakan	44
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.3 Operasional Variabel	45
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	50
3.4.1 Lokasi Penelitian	50
3.4.2 Jenis dan Sumber Data	50
3.4.3 Cara Penentuan Data	51
3.4.4 Teknik Sampling	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	57
3.6.1 Rancangan Analisis	57
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.6.3 Alat dan Analisis dan Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH	67
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan Wardah	68
4.2 Jumlah Responden yang Mengisi Kuesioner	69
4.3 Karakteristik Responden	69
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69

4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	70
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	71
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen Wardah Minimal 1 Bulan Pemakaian yang Ingin Berpindah ke Merek Lain	72
4.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal.....	73
4.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	74
4.4.1	Variasi.....	74
4.4.2	<i>Word Of Mouth</i>	84
4.4.3	Perpindahan Merek.....	93
4.5	Uji Keabsahan Data.....	102
4.5.1	Uji Validitas.....	102
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	103
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	104
4.6.1	Uji Normalitas	104
4.6.2	Uji Multikolinearitas.....	106
4.6.3	Uji Autokorelasi	107
4.6.4	Uji Heterokedastisitas.....	107
4.7	Uji Hipotesis Secara Simultan	108
4.7.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	108
4.8	Uji Hipotesis Secara Parsial	112
4.8.1	Pengaruh Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	112
4.8.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Perpindahan Merek	115
4.9	Pembahasan.....	117

4.9.1 Pengaruh Variasi dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Perpindahan Merek	118
4.9.2 Pengaruh Variasi terhadap Perpindahan Merek.....	119
4.9.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Perpindahan Merek	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	129



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Lipgloss Di Indonesia Tahun 2018 – 2020.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i>	55
Tabel 3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	66
Tabel 4.1 Jumlah Responden Yang Mengisi Kuesioner	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	71
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ...	72
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen Wardah Minimal 1 Bulan Pemakaian Yang Ingin Berpinda Ke Merek Lain	73
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	74
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 1	75
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 2	76
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 3	77
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 4	78
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 5	79
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 6	80
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 7	81
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 8	82
Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 9	83
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 10	84
Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 11	85
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 12	86

Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 13	87
Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 14	88
Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 15	89
Tabel 4.23 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 16	90
Tabel 4.24 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 17	91
Tabel 4.25 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 18	92
Tabel 4.26 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 19	93
Tabel 4.27 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 20	94
Tabel 4.28 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 21	95
Tabel 4.29 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 22	96
Tabel 4.30 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 23	97
Tabel 4.31 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 24	98
Tabel 4.32 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 25	99
Tabel 4.33 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 26	100
Tabel 4.34 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan 27	101
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas	102
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas.....	104
Tabel 4.37 Hasil Uji Multikolinearitas	106
Tabel 4.38 Hasil Uji Autokorelasi	107
Tabel 4.39 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Variasi dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Perpindahan Merek.....	109
Tabel 4.40 Hasil Uji F Perhitungan Anova.....	110
Tabel 4.41 Hasil Koefisien Variasi dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Perpindahan Merek.....	111
Tabel 4.42 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Variasi Terhadap Perpindahan Merek	113
Tabel 4.43 Hasil Koefisien Variasi Terhadap Perpindahan Merek	113
Tabel 4.44 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Perpindahan Merek	115

Tabel 4.45 Hasil Koefisien *Word Of Mouth* Terhadap Perpindahan

Merek 116

Tabel 4.46 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis 117



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Market Share Brand Kosmetik Bibir Terlaris</i> Di Indonesia Agustus 2021	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	105
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	108



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	130
Lampiran 2 Data Daftar Profil Responden	136
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Variasi.....	144
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner <i>Word Of Mouth</i>	148
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Perpindahan Merek.....	152
Lampiran 6 R Tabel	156
Lampiran 7 T Tabel	158
Lampiran 8 F Tabel.....	161
Lampiran 9 Output SPSS	163
Lampiran 10 Catatan Kegiatan Konsultasi	174
Lampiran 11 Bukti Penyebaran Kuesioner	175
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	178