



**PENGARUH CITRA MEREK, *GREEN PRODUCT*, DAN  
PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN MEDIASI MINAT BELI SEPEDA  
MOTOR MEREK SCOPY  
PADA DEALER ZIRANG HONDA PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**NOFITA AMALIYA FEBBIYANI**

NIM. 2016-11-425

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, GREEN PRODUCT, DAN PELAYANAN  
PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN  
MEDIASI MINAT BELI SEPEDA MOTOR MEREK SCOPY  
PADA DEALER ZIRANG HONDA PATI**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Pengudi Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



## PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA MEREK, *GREEN PRODUCT*, DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MEDIASI MINAT BELI SEPEDA MOTOR MEREK SCOPY PADA DEALER ZIRANG HONDA PATI

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Hidup dapat dipahami dengan berpikir ke belakang. Tapi ia juga harus dijalani dengan berpikir ke depan.” -Soren Kiekegaard-

“Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang.” - Nofita Amaliya Febbiyani-

### PERSEMBAHAN :

Kedua orang tua tercinta

Sahabat-sahabat tersayang

Almamater

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Green Product, dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dengan Mediasi Minat Beli Sepeda Motor Merek Scoopy pada Dealer Zirang Honda Pati”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH, S.Pd, MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Dian Wismar'ein, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan motivasi dan doa sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat-sahabat penulis selalu membantu dan mendukung dalam semua pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.



**Pengaruh Citra Merek, *Green Product* dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dengan Mediasi Minat Beli Sepeda Motor Merek Scoopy pada Dealer Zirang Honda Pati**

**Nofita Amaliya Febbiyani**

NIM 2016-11-425

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH, S.Pd, MM  
2. Dian Wismar'ein, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra merek, *green product* dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian dengan mediasi minat beli sepeda motor merek Scoopy pada Dealer Zirang Honda Pati. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen yang membeli dan memakai sepeda motor Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati yang berjumlah 145 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati. *Green product* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati. Pelayanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati. *Green product* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati. Pelayanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Scoopy di Dealer Zirang Honda Pati.

**Kata Kunci : Citra Merek, *Green Product*, Pelayanan Purna Jual, Keputusan Pembelian, Minat Beli.**

Daftar pustaka : 65 (tahun 2012-2019).

***The Influence of Brand Image, Green Product and After Sales Service on Purchasing Decisions by Mediating Purchase Intention of Scoopy Brand Motorcycles at Zirang Honda Pati Dealers***

**Nofita Amaliya Febbiyani**

NIM 2016-11-425

*Lecturer* : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H., SH, S.Pd, MM  
2. Dian Wismar'ein, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of brand image, green product and after-sales service on purchasing decisions by mediating the buying interest of Scoopy motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is consumers who buy and use Scoopy motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer, totaling 145 respondents and the sample is taken using purposive sampling technique. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling. The results showed that brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions for Scoopy brand motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer. Green product has a positive and insignificant effect on purchasing decisions for Scoopy brand motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer. After sales service has a positive and significant effect on purchasing decisions for Scoopy brand motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer. Brand image has a positive and significant effect on buying interest in Scoopy brand motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer. Green product has a positive and insignificant effect on buying interest in Scoopy brand motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer. After-sales service has a positive and significant effect on buying interest in Scoopy brand motorbikes at the Zirang Honda Pati Dealer. Purchasing interest has a positive and significant effect on purchasing decisions for Scoopy brand motorbikes at Zirang Honda Pati Dealer.*

**Keywords:** *Brand Image, Green Product, After Sales Service, Purchase Decision, Purchase Interest.*

*References:* 65 (2012-2019).

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>ABSTRACT .....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1 Definisi Pemasaran .....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2.2 Minat Beli.....	11

Halaman

2.2.1 Pengertian Minat Beli .....	11
2.2.2 Indikator Minat Beli .....	13
2.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	14
2.3.2 Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian .....	15
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.4 Citra Merek .....	19
2.4.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.4.2 Indikator Citra Merek .....	20
2.5 <i>Green Product</i> .....	22
2.5.1 Pengertian <i>Green Product</i> .....	22
2.5.2 Indikator <i>Green Product</i> .....	24
2.6 Pelayanan Purna Jual.....	26
2.6.1 Pengertian Pelayanan Purna Jual .....	26
2.6.2 Indikator Pelayanan Purna Jual .....	27
2.7 Penelitian Terdahulu .....	29
2.8 Pengaruh Antarvariabel.....	34
2.8.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.8.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelia .....	35
2.8.3 Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.8.4 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
2.10Hipotesis.....	40

**BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1.	Rancangan Penelitian.....	42
3.2.	Variabel Penelitian.....	43
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	44
3.3.1	Minat Beli.....	44
3.3.2	Keputusan Pembelian.....	45
3.3.3	Citra Merek .....	45
3.3.4	<i>Green Product</i> .....	46
3.3.5	Pelayanan Purna Jual.....	46
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4.1	Sumber Primer.....	47
3.4.2	Sumber Sekunder .....	47
3.5.	Populasi dan Sampel.....	47
3.6.	Pengumpulan Data.....	49
3.7.	Pengolahan Data .....	49
3.8.	Metode Analisis Data.....	51
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	51
3.8.2	Evaluasi Asumsi SEM.....	52
3.8.3	Pengembangan Model SEM.....	54

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Gambaran Umum Zirang Honda.....	60
4.2.	Deskripsi Responden.....	61
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63

Halaman

4.3. Statistik Deskriptif .....	64
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	64
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Product</i> ( $X_2$ ) .....	65
4.3.3 Statistik Deskriptif Pelayanan Purna Jual ( $X_3$ ).....	65
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli ( $Y_1$ ) .....	66
4.3.5 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) .....	67
4.4. Hasil Analisis Data.....	68
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	68
4.4.2 Evaluasi Asumsi SEM .....	78
4.4.3 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i> .....	81
4.5. Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	83
4.6. Uji Hipotesis.....	84
4.7. Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> dan Total.....	88
4.7.1 Analisis <i>Direct Effect</i> antar Variabel Laten.....	89
4.7.2 Analisis <i>Indirect Effect</i> antar Variabel Laten .....	90
4.7.3 Analisis Pengaruh Total antar Variabel Laten.....	90
4.8. Pembahasan.....	92
4.8.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	92
4.8.2 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	93
4.8.3 Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian .....	95
4.8.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	97
4.8.5 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap Minat Beli .....	99

4.8.6 Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Minat	
Beli.....	100
4.8.7 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan	
Pembelian .....	101

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	103
5.2. Saran.....	104

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016-2019.....	4
Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Motor Merek Scoopy Tahun 2016-2019 .....	5
Tabel 3.1 Indeks Pengujian Kelayakan Model ( <i>Goodness-of-fit Index</i> )...	58
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	64
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Green Product</i> ( $X_2$ ) .....	65
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan Purna Jual ( $X_3$ ).....	66
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli ( $Y_1$ ).....	66
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ).....	67
Tabel 4.10 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen .....	69
Tabel 4.11 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen .....	70
Tabel 4.12 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen .....	72
Tabel 4.13 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen.....	74
Tabel 4.14 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen.....	76
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> .....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Outlier</i> .....	80
Tabel 4.18 Uji <i>Full Model Goodness Of Fit SEM</i> .....	82
Tabel 4.19 Hasil Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	83

	Halaman
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis .....	84
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis .....	85
Tabel 4.22 Hasil Analisis <i>Direct Effect</i> antar Variabel Laten .....	89
Tabel 4.23 Hasil Analisis <i>Indirect Effect</i> antar Variabel Laten .....	90
Tabel 4.24 Hasil Analisis Pengaruh Total antar Variabel Laten .....	91



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Pengaruh Citra Merek, <i>Green Product</i> dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dengan Mediasi Minat Beli Sepeda Motor Scoopy pada Dealer Zirang Honda Pati ....	40
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Konfirmatori Eksogen Tahap I.....	68
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Konfirmatori Eksogen Tahap II .....	70
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Konfirmatori Eksogen Tahap III.....	71
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Endogen Tahap I.....	73
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Konfirmatori Endogen Tahap II .....	75
Gambar 4.6 Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen .....	77
Gambar 4.7 Hasil Uji <i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)...	82

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Frekuensi Data
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data

