



**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
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
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
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
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

