



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS  
PRODUK DAN PELAYANAN PURNA JUAL  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN  
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MOBIL DAIHATSU AYL  
DI PT. KARYA ZIRANG UTAMA KUDUS)**

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

Diajukan oleh :

**MOHAMAD SAIQ**

**NIM 2017-11-525**

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

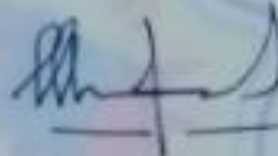
**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK  
DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MOBIL DAIHATSU AYLA  
DI PT. KARYA ZIRANG UTAMA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2021

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

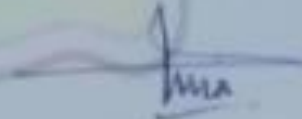


**DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK**  
NIDN 0630098401

**Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM**  
NIDN 0618066201

Mengetahui,  
Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



**Dr. Dra. SULISTYOWATI, SH, CN**  
NIDN 0607076401

**MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA**  
NIDN 0601058303

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah (Al-Qur'an, S. Ar Rumm ayat 31)

Allah tidak akan mengubah nasib kaum sebelum kaum itu sendiri yang akan mengubahnya (Al-Qur'an S. Ar Ra'ad ayat 11)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MOBIL DAIHATSU AYL A DI PT. KARYA ZIRANG UTAMA KUDUS)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam kesempatan pula penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

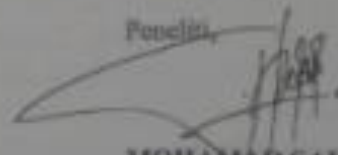
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Dra. Sulistyowati, SH, CN, selaku Plt Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan studi.
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini

5. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan arahan demi penyempurnaan skripsi ini.
6. Para dosen dan teman-teman mahasiswa di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan atau ikut berperan dalam memperancar penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Kudus, 07 Agustus 2021

Peneliti,



**MOHAMAD SAIQ**

**NIM 2017-11-525**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK DAN  
PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA MOBIL DAIHATSU AYL A DI PT. KARYA ZIRANG  
UTAMA KUDUS)**

**MOHAMAD SAIQ**

**NIM 2017-11-525**

Dosen Pembimbing I Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM

Dosen Pembimbing II MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Minat Beli Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mobil Daihatsu Ayla di PT. Karya Zirang Utama Kudus) Penelitian ini dilakukan pada produk Mobil Daihatsu Ayla di PT. Karya Zirang Utama Kudus dengan sampel 130 responden. Jenis dari penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data kuantitatif serta menggunakan pengujian statistik SEM AMOS. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan; (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, (3) Variabel pelayanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (4) Variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ; (5) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ; (6) Pelayanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.; (7) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Minat Beli

*THE EFFECT OF SALES PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND AFTER SALES SERVICES ON CONSUMER PURCHASE INTEREST WITH TRUST AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY ON DAIHATSU AYLA CAR AT PT. KARYA ZIRANG UTAMA KUDUS)*

*MOHAMMAD SAIQ  
NIM 2017-11-525*

*Advisor I Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM  
Advisor II MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA*

*MUIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM*

*ABSTRACTION*

*This study analyzes the Effect of Sales Promotion, Product Quality and After Sales Service on Consumer Purchase Interest with Trust as an Intervening Variable (Case Study on Daihatsu Ayla Car at PT. Karya Zirang Utama Kudus) This research was conducted on Daihatsu Ayla Car products at PT. The work of Zirang Utama Kudus with a sample of 130 respondents. The type of this research is descriptive quantitative. Quantitative data analysis and using AMOS SEM statistical testing. The results of the study conclude that (1) the sales promotion variable has a positive and significant effect on trust; (2) Product quality has a positive and significant effect on trust, (3) After-sales service variable has a positive and significant effect on trust (4) Sales promotion variable has a positive and significant effect on purchase intention; (5) Product quality has a positive and significant effect on buying interest; (6) After-sales service has a positive and significant effect on buying interest; (7) Trust has a positive and significant effect on buying interest.*

*Keywords: Sales Promotion, Product Quality and After Sales Service on Purchase Interest*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN .	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	7
1.3. Perumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Manajemen Pemasaran .....	10
2.2. Promosi Penjualan .....	11
2.3. Kualitas Produk .....	15
2.4. Pelayanan Purna Jual .....	21
2.5. Kepercayaan .....	25
2.6. Minat Beli .....	28
2.7. Pengaruh Antar Variabel .....	31
2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	36
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	42
2.10. Hipotesis .....	43
BAB. III. METODE PENELITIAN .....	45
3.1. Rancangan Penelitian .....	45
3.2. Variabel Penelitian.....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	49
3.4. Populasi dan Sampel .....	50
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.6. Pengolahan Data .....	52
3.7. Uji Instrumen Data .....	53
3.8. Analisis Data .....	55
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	62
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	62
4.2. Penyajian Data .....	63
4.3. Analisis Data .....	68
4.4. Pembahasan .....	87
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
5.1. Kesimpulan .....	95
5.2. Saran .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Penjualan Mobil PT. Karya Zirang Utama Kudus (Tahun 2019-2020) .....	5
Tabel 1.2. Kelebihan dan Kelemahan Produk Mobil Daihatshu Ayla di PT. Karya Zirang Utama Kudus .....	6
Tabel 3.1. Goodness of Fit Index .....	39
Tabel 4.1. Frekuensi Variabel Promosi Penjualan .....	63
Tabel 4.2. Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	64
Tabel 4.3. Frekuensi Pelayanan Purna Jual .....	65
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Pengalaman ( $X_1$ ) .....	67
Tabel 4.7. Validity Convergen .....	68
Tabel 4.8. Uji AVE .....	69
Tabel 4.9. Discriminant Validity .....	70
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data .....	72
Tabel 4.12. Uji Outlier Data .....	73
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria GFI VARIabel Eksogen .....	76
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria GFI VARIabel Endogen .....	77
Tabel 4.15. Pengujian Kesesuaian Analisis Structural Equation Modelling .....	79
Tabel 4.16. Hasil Estimasi Standardized Regression Weight.....	80
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4.18. Regresion Weights Standardized Estimates .....	82
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung (Direct Effec) dan Tidak Langsung (Indirect) Effect .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
4.1. Confirmatory Factor Analisis VARIabel Eksogen 1.....	75
4.2. Confirmatory Factor Analisis VARIabel Eksogen Tahap2	75
4.3. Confirmatory Factor Analisis VARIabel Endogen .....	77
4.4. Confirmatory Factor Full Model Measurement .....	78
4.5. Struktur Equation Full Model .....	80

