



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mobil pertama kali di perkenalkan di Indonesia pada awal abad ke 20 oleh belanda selama masa kolonial. Mobil pada masa itu merupakan barang mewah yang hanya dimiliki oleh orang kaya. Setelah kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, Indonesia memulai tahap awal dalam mengembangkan industri otomotif nasional. Pada tahun 1960, pemerintah Indonesia mulai mendorong produksi mobil nasional melalui beberapa perusahaan seperti PKN (Pabrik Kendaraan Bermotor Nasional) dan IMN (Industri Mobil Nasional). Hingga di tahun 1970, proyek mobil nasional meluncurkan mobil “Kijang” oleh Toyota dan menjadi mobil paling ikonik di Indonesia. Dan di tahun 1980an, pemerintah berupaya meningkatkan pasar otomotif di Indonesia dengan mengadopsi kebijakan otomotif yang lebih liberal, sehingga memungkinkan untuk mobil impor masuk ke pasar Indonesia

Pasar otomotif di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya daya beli masyarakat. Pada awal tahun 2000, mobil LCGC (*Low Cost Green Car*) mulai di perkenalkan untuk memperluas jangkauan penjualan mobil di berbagai segmen pasar, selain itu banyak brand-brand asing yang mulai masuk dan bersaing di pasar otomotif Indonesia.

Dengan berbagai perkembangan, industri otomotif di Indonesia terus berkembang dan beradaptasi dengan dinamika pasar serta regulasi yang terus berubah-ubah. Meskipun menghadapi tantangan seperti kemacetan lalu lintas, mobil tetap menjadi salah satu sarana transportasi utama bagi masyarakat Indonesia. Pertumbuhan positif ini di dorong oleh

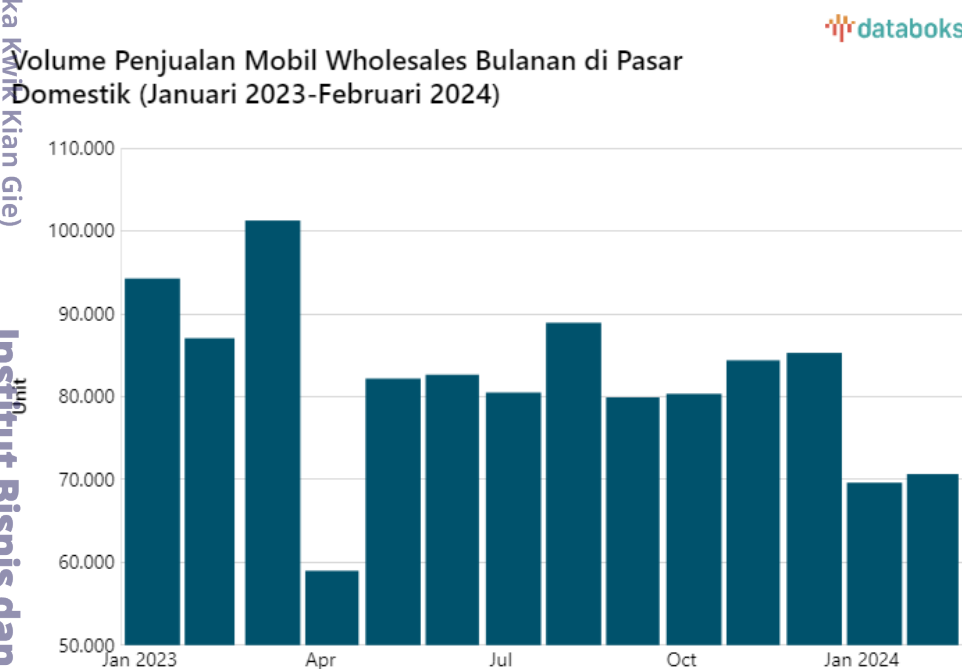
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berbagai faktor seperti pertumbuhan ekonomi yang stabil dalam beberapa tahun terakhir telah meningkatkan daya beli masyarakat, khususnya di kelas menengah. Kendaraan pribadi menjadi semakin penting mengingat terbatasnya infrastruktur untuk transportasi umum di banyak daerah. Selain itu, diversifikasi produk dan merek mobil, dari model ekonomis hingga mewah memberikan banyak pilihan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil seperti kenyamanan, teknologi dan efisiensi bahan bakar. Karena itu, pasar mobil di Indonesia terus menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar dengan produsen mobil terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin beragam.

Gambar 1.1

Volume Penjualan Mobil 2023-2024



Sumber : Databoks

Menurut laporan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) pada data diatas, penjualan mobil dari pabrik ke dealer (*wholesales*) di pasar domestik mencapai 70.657 unit pada Februari 2024. Secara kumulatif, volume *wholesales* mobil di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

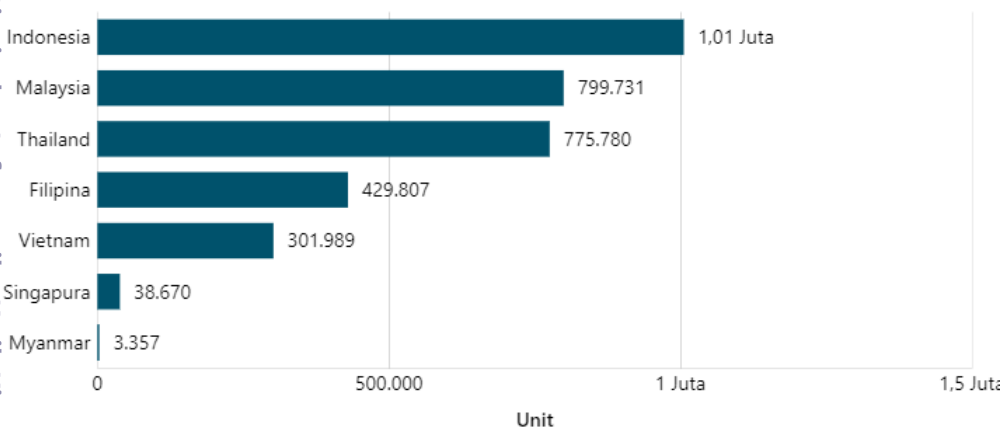


pasar domestik pada Januari-Februari 2024 mencapai 140.274 unit. Pada tahun 2023, Indonesia tercatat sebagai pasar mobil terbesar di Asia Tenggara dengan total penjualan lebih dari 1 juta. Indonesia juga menjadi negara dengan produksi mobil terbesar di Asia Tenggara dengan 6,8 juta unit produksi mobil sepanjang 2023.

Gambar 1.2

Penjualan Mobil di Asia Tenggara tahun 2023

Jumlah Penjualan Mobil di Negara Asia Tenggara (2023)



Sumber : Databoks

Hal ini merupakan sebuah dampak positif bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kepemimpinan Indonesia di sektor pasar otomotif mencerminkan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan stabil, dan mengindikasikan meningkatnya daya beli masyarakat. Pertumbuhan ekonomi bukan hanya satu-satunya hal positif dari penjualan mobil di Indonesia, hal positif lainnya adalah peningkatan lapangan kerja. Sebagai negara yang merajai produksi di Asia Tenggara, tentu saja industri otomotif semakin banyak dan juga membutuhkan pekerja yang lebih banyak.

Dengan banyaknya dampak positif dari penjualan mobil di Indonesia, pemerintah juga tidak bisa mengesampingkan dampak negatif dari hal tersebut seperti kemacetan dan polusi udara. Polusi udara adalah masalah serius yang di hadapi oleh Indonesia,



pertumbuhan jumlah kendaraan, terutama di kota-kota besar, memberikan dampak negatif bagi kesehatan masyarakat dan lingkungan. Asap kendaraan mengandung berbagai zat berbahaya seperti karbon monoksida, hidrokarbon, dan partikel-partikel kecil yang dapat merusak paru-paru sehingga dapat meningkatkan resiko penyakit paru-paru dan memperburuk kondisi kesehatan yang sudah ada.

Meningkatnya kesadaran akan dampak negatif bagi kesehatan dan lingkungan, pemerintah dan masyarakat mulai mencari alternatif untuk kendaraan seperti mobil listrik (*electric vechile*). Minat terhadap mobil listrik tenaga baterai di Indonesia telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan, kesadaran akan keberlanjutan lingkungan serta kebutuhan akan solusi transportasi yang ramah lingkungan telah mendorong konsumen, terutama kelas menengah ke atas, untuk mempertimbangkan opsi mobil listrik tenaga baterai sebagai alternatif yang lebih bersih dan efisien.

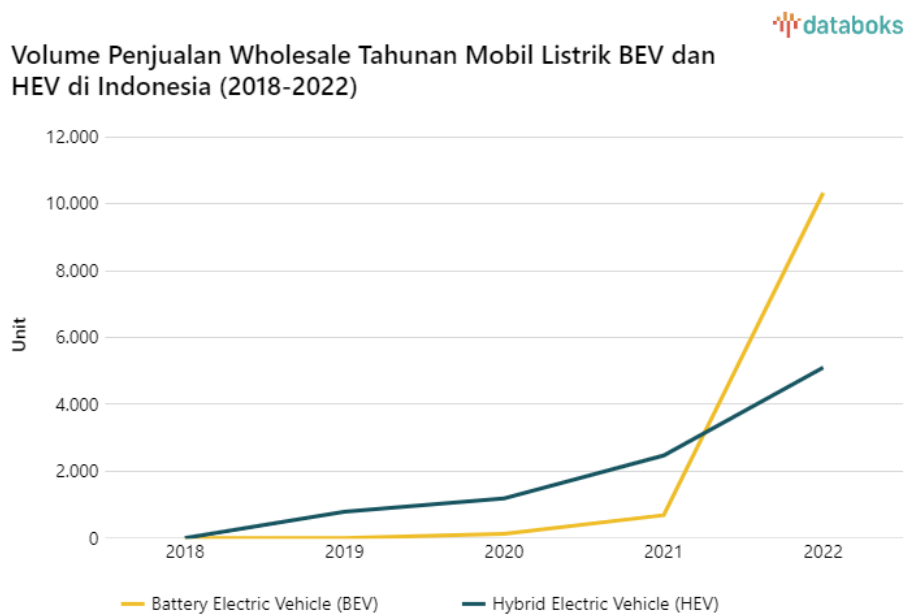
Pemerintahan di Indonesia mulai secara resmi mendorong pembelian mobil listrik tenaga baterai pada tahun 2019. Pada saat itu, pemerintah mengumumkan berbagai insentif fiskal bagi pembeli mobil listrik, termasuk pembebasan pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) dan pembebasan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) selama lima tahun bagi mobil listrik. Langkah ini di ambil guna mempercepat pertumbuhan pasar mobil listrik tenaga baterai di Indonesia dan mengurangi emisi gas rumah kaca dari sektor transportasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.3

Penjualan BEV dan HEV 2022



Sumber : Databoks

Menurut data di atas, dapat diketahui bahwa penjualan mobil listrik tenaga baterai atau BEV (*Battery Electric Vehicle*) mengalami pertumbuhan yang pesat di tahun 2021 sampai 2022 dan mengalahkan pesaingnya yaitu HEV (*Hybrid Electric Vehicle*). Mobil berjenis *hybrid* ini adalah teknologi yang menggabungkan mesin pembakaran dalam dengan listrik untuk efisiensi bahan bakar yang lebih baik, Daya listrik baterai untuk penggerak motor ini dihasilkan dari pengereman regeneratif dan dari mesin bensin. Saat pengereman dilakukan, putaran roda berfungsi sebagai generator dari energi gerak menjadi energi listrik. Kemudian, energi listrik tersebut disimpan pada baterai mobil untuk penggerak motor. Dengan kata lain, mobil listrik *hybrid* ini hanya mengurangi bertambahnya polusi udara, sedangkan mobil listrik tenaga baterai menghilangkan bertambahnya polusi udara.

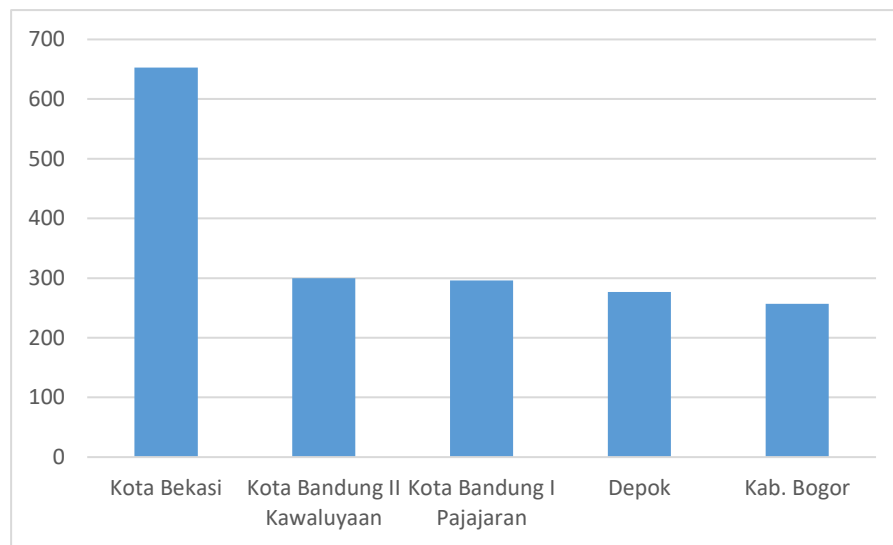
Mobil listrik *hybrid* ini tentu mempunyai kelebihan dan kekurangan, kelebihan dari mobil ini adalah penggunaan bahan bakar yang lebih irit dikarenakan teknologi yang di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



gunakan, sedangkan kelemahannya, selain mobil ini juga menghasilkan polusi walaupun tidak sebanyak mobil konvensional, mobil listrik *hybrid* ini memiliki struktur kelistrikan yang sangat rumit, dikarenakan mobil ini masih merupakan pendatang baru, banyak mekanik di Indonesia yang masih kurang memahami struktur mobil ini jika terjadi kerusakan.

Gambar 1.4
Data Kendaraan Listrik di Jawa Barat 2022



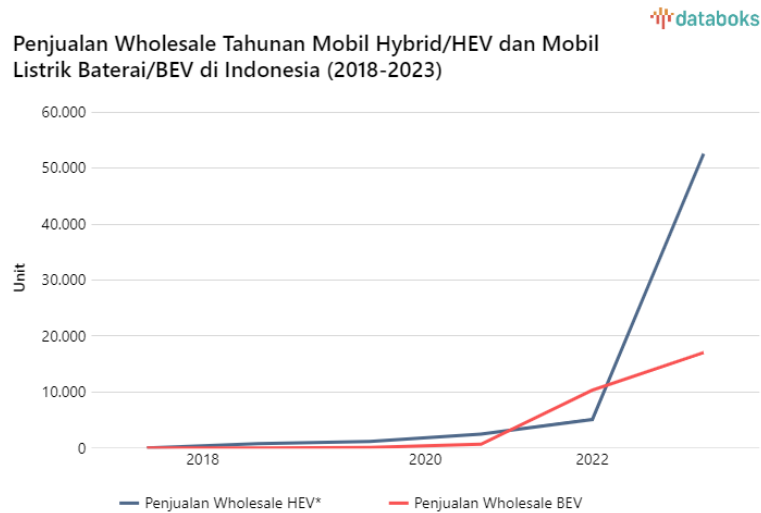
Sumber : Bapenda Jawa barat

Berikut merupakan 5 kota dengan pengguna kendaraan bermotor listrik tertinggi di provinsi Jawa Barat pada tahun 2022. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa pengguna kendaraan bermotor listrik di Kota Bekasi memiliki jumlah pengguna yang paling tinggi di bandingkan dengan kota lainnya di Jawa Barat yaitu berjumlah 653.

Mobil listrik bertenaga baterai diprediksi akan berkembang pesat.. Pemerintah terus mendorong penggunaan kendaraan listrik di masyarakat, termasuk melalui Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB). Berdasarkan data Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), potensi mobil listrik di Indonesia pada 2021 ini mencapai sebanyak 125 ribu unit dan motor listrik mencapai 1,34 juta unit.2021.



Gambar 1.5
Penjualan BEV dan HEV 2023



Sumber : Databoks

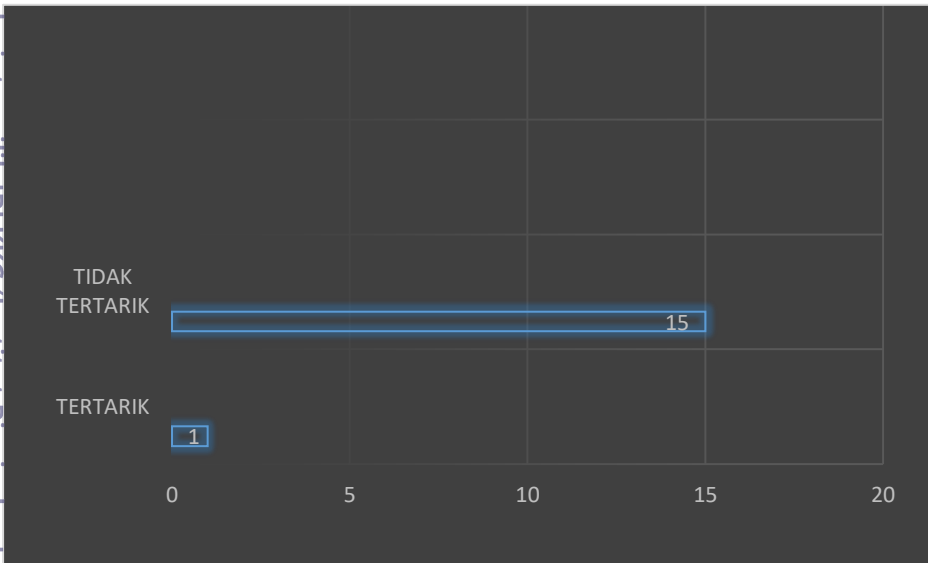
Namun kenyataan nya, di tahun 2023, tren positif justru menunjuk ke arah mobil listrik *hybrid*, mobil listrik *hybrid* menyalip jauh penjualan dari mobil listrik tenaga baterai yang di tahun sebelumnya, mobil listrik tenaga baterai mengungguli mobil *hybrid*. Hal ini tentu menjadi sebuah pertanyaan, bagaimana mobil yang di dorong langsung oleh pemerintah dengan kebijakan-kebijakannya justru kalah dengan mobil konvensional dan mobil *hybrid* yang tidak di dukung oleh pemerintah dan memiliki dampak buruk bagi lingkungan, sedangkan di tahun-tahun sebelumnya, seruan untuk hidup dan lingkungan yang lebih sehat sangat di seru kan oleh banyak orang.

Dengan adanya gejala yang di alami di penjualan mobil listrik di Indonesia, maka penulis melakukan *Preliminary Research* untuk mengetahui mengenai pendapat dari 16 responden menengah ke atas akan ketertarikannya untuk mobil listrik yang ada di Indonesia. Berikut hasil *Preliminary research* yang di telusuri penulis.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 1.1

Ketertarikan responden untuk mobil listrik



Sumber : Olahan Penulis

Berdasarkan hasil dari preliminary research yang telah di telusuri oleh penulis pada diagram 1.1, diketahui bahwa 15 dari 16 responden tidak tertarik untuk membeli mobil listrik. Hal ini di sebabkan oleh beberapa faktor. Berikut alasan responden terkait ketidak tertarikan responden untuk membeli mobil listrik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

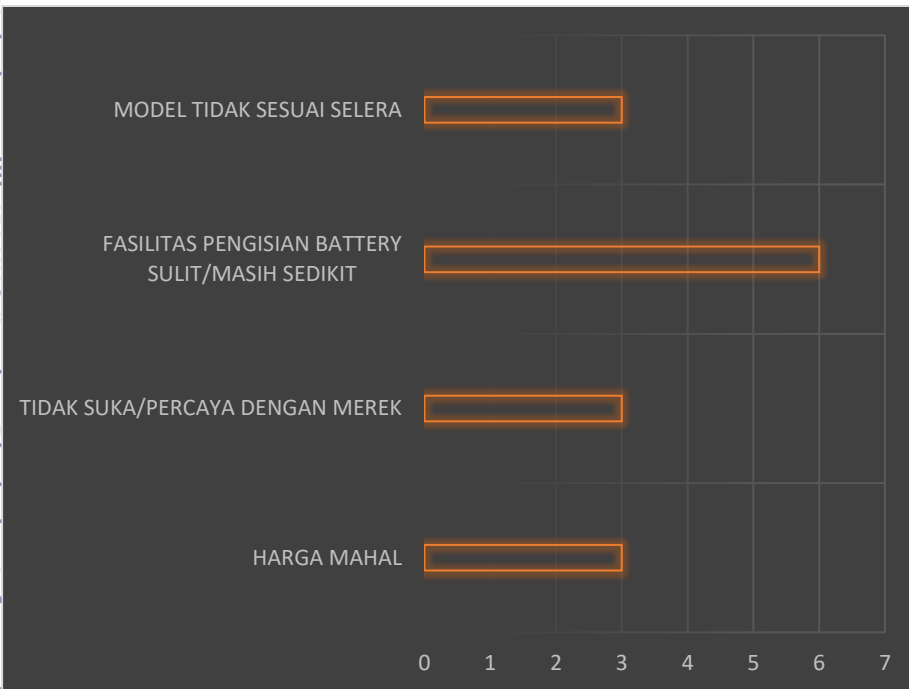


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.2

Alasan Responden Tidak Berminat Untuk Membeli Mobil Listrik



Sumber : Olahan Penulis

Berdasarkan hasil dari Preliminary research pada diagram 1.2, penulis mengajukan pertanyaan kepada 15 responden yang tidak memiliki minat untuk membeli mobil listrik di Indonesia. Terdapat 4 alasan yang berbeda dari 15 responden, 3 orang menjawab tidak tertarik dengan model yang tersedia, 6 orang menjawab tempat pengisian battery di Indonesia masih sangat sedikit sehingga sulit untuk di gunakan sebagai mobil harian, 3 orang tidak suka atau tidak percaya dengan merek di Indonesia yang menawarkan mobil listrik seperti Hyundai, Wuling, Chery, Dan lain lain, sedangkan 3 orang lainnya menilai bahwa harga yang di tawarkan masih belum bisa di jangkau.

Dari beberapa faktor tersebut, faktor yang sangat mempengaruhi minat beli konsumen adalah fasilitas dari infrastruktur pengisian daya baterai untuk mobil listrik tenaga baterai, fasilitas untuk mobil listrik tenaga baterai sangat di butuhkan untuk mempermudah konsumen mengisi daya baterai dimana saja dan kapan saja, kurangnya fasilitas pengisian daya baterai untuk mobil listrik akan menurunkan minat beli konsumen.



Menurut Sibarani & Saragih (2022), fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun menurut Permatasari dan Nugroho (2022), fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

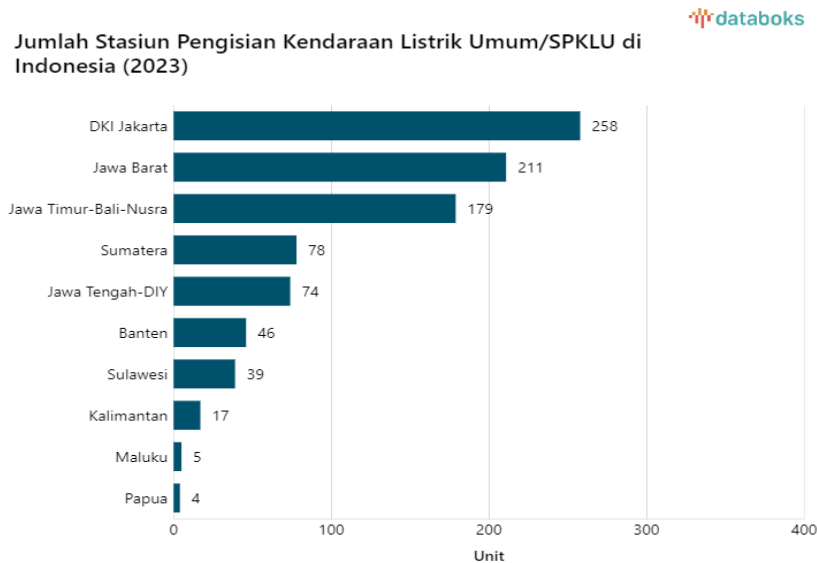
Saat ini, pemerintah sudah memperbanyak fasilitas untuk Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) di Indonesia, pada akhir tahun 2023, tercatat Indonesia memiliki Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) sebanyak 911 unit di berbagai lokasi, peningkatan ini sangat signifikan di banding tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 439 unit. Pemerintah juga sedang merencanakan untuk melakukan diversifikasi tipe stasiun pengisian daya, dan akan dikembangkan seperti pengisian daya cepat (*fast charging*), dan lokasi yang strategis seperti di pusat perbelanjaan dan rest area. Direktur Jenderal Ketenagalistrikan Jisman Hutajulu menyampaikan dalam acara Sosialisasi Tarif dan Biaya Layanan Untuk Percepatan Pengembangan Charging Station di Jakarta, 31 Juli 2023, teknologi pengisian pada SPKLU untuk kendaraan beroda empat atau lebih meliputi, Teknologi Pengisian Lambat (*Slow Charging*), Teknologi Pengisian Menengah (*Medium Charging*), Teknologi Pengisian Cepat (*Fast Charging*), dan Teknologi Pengisian Sangat Cepat (*Ultrafast Charging*).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.6

Jumlah SPKLU di Indonesia



Sumber : Databoks

faktor kedua yang mempengaruhi minat beli dari mobil listrik bertenaga baterai di Indonesia adalah harganya yang mahal.

Menurut Tania, et al (2022), menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Namun, menurut Halim dan Iskandar (2019), harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Harga yang di tawarkan oleh mobil listrik bertenaga baterai di Indonesia cenderung lebih murah di banding pesaing nya dari mobil konvensional maupun mobil listrik bertenaga hybrid. Untuk mobil listrik bertenaga baterai paling murah yaitu Wuling Air EV yang di banderol Rp 218 Juta, yang jika di dibandingkan dengan mobil tipe lain di kelasnya seperti Toyota Agya GR Sport yang kurang lebih memiliki spesifikasi yang sama di banderol mulai dari Rp. 237 Juta. Ada juga mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah ke atas jenis SUV seperti Chery Omoda E5 yang memiliki harga Rp. 498 juta dan Morris Garages MG4 EV Magnify i-Smart yang memiliki harga Rp. 433 juta, yang jika di dibandingkan dengan pesaingnya dari mobil listrik Hybrid untuk jenis SUV seperti

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Merek mobil listrik tenaga baterai di Indonesia seperti Wuling, Chery, Hyundai, Morris Garages, dan lainnya memiliki sejarah nya masing masing, seperti Wuling yang di dirikan pada tahun 1982 dan mulai resmi beroperasi untuk produksi masal di Indonesia pada tahun 2017, dan selama 7 Tahun, Wuling berhasil mengambil hati banyak konsumen di Indonesia dengan kualitas mobil nya seperti Wuling Almaz dengan inovasi fitur yang sangat banyak untuk mobil kelas menengah. Adapun Hyundai yang di dirikan pada tahun 1967 dan hadir di Indonesia pada tahun 1995, sudah 29 tahun Hyundai bersaing di Indonesia untuk mengambil hati konsumen Indonesia dari produk produk jepang seperti Toyota, Honda, Suzuki, Dan lain-lain dengan menghadirkan mobil elegan dengan harga yang cukup bersaing untuk pasar menengah ke atas. Dan untuk Merek Chery, sebenarnya Chery sudah lama masuk ke Indonesia yaitu pada tahun 2006, tetapi Chery tidak mampu bersaing dengan kompetitor di pasar Indonesia, pada tahun 2013, Chery terekam hanya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

melakukan total 3 penjualan selama setahun sehingga Chery pun lama menghilang dan mulai muncul kembali di pameran otomotif Indonesia pada Februari 2022 dan mencuri banyak perhatian dengan fitur-fitur canggih dan harga yang relatif murah jika dilihat dari banyaknya fitur yang di tawarkan.

Faktor yang ke empat adalah kualitas produk. Menurut Arianto dan Difa (2020), kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan menurut Halim dan Iskandar (2019), kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Menurut Afriyani dan Rahmadani (2019). Kualitas produk adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia karena setiap konsumen pasti akan mempertimbangkan berbagai aspek seperti, performa, jangkauan jarak tempuh, fitur keamanan, fitur kenyamanan, desain, dan efisiensi energi. Performa mesin merupakan hal pertama yang ditanyakan oleh calon konsumen, seperti kecepatan maksimal dan kemampuan menanjak, hal tersebut bukan hanya ditanyakan ke jenis mobil listrik, tetapi juga semua jenis mobil, karena itu, masih banyak orang yang lebih memilih mobil diesel karena dinilai memiliki kekuatan yang lebih baik daripada mesin lainnya. Aspek jarak tempuh juga sangat di pertimbangkan untuk membeli mobil listrik karena mobil listrik tenaga baterai masih termasuk teknologi baru, sehingga informasi tentang jarak tempuh akan menjadi perbandingan dengan mobil konvensional dan mobil listrik hybrid. Contoh jarak tempuh mobil listrik yang ada di Indonesia seperti Wuling Air EV yang mengklaim bahwa dengan daya baterai terisi penuh, mobil bisa menempuh jarak hingga 200 KM, sedangkan untuk Hyundai Ionic 5, dengan baterai terisi penuh bisa menempuh jarak maksimal 451 KM. Fitur keamanan dan fitur kenyamanan juga salah satu yang harus di pertimbangkan untuk bisa menilai kualitas produk, fitur safety untuk mobil listrik bisa terbilang sangat lengkap, banyak mobil listrik tenaga baterai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



yang memiliki fitur safety yang lebih banyak jika dibandingkan dengan pesaing di kelasnya. Seperti Chery Omoda 5 EV yang memiliki fitur safety yang sangat canggih dan lengkap. Aspek desain adalah aspek yang tidak bisa di ukur karena desain merupakan suatu hal yang relatif, setiap orang memiliki pendapat yang berbeda soal desain dari suatu mobil. Dan yang terakhir adalah efisiensi energi, hal ini juga tidak di tanyakan ke mobil listrik saja, hal ini adalah pertimbangan yang sangat penting untuk calon konsumen sebelum membeli mobil, semakin irit mobil tersebut, maka semakin sedikit uang yang di keluarkan untuk mengisi daya atau mengisi BBM.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di uraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Fasilitas dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?
2. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?
3. Apakah kepercayaan akan suatu brand atau merek dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?
4. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang bisa di Identifikasi dari penelitian ini, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan di teliti sebagai berikut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Apakah Fasilitas dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?
2. Apakah Presepsi harga dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?
3. Apakah kepercayaan akan suatu brand atau merek dapat mempengaruhi minat beli mobil listrik tenaga baterai untuk konsumen menengah atas di Bekasi ?

D. Batasan Penelitian

Beberapa batasan penelitian yang akan di tetapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian ini adalah konsumen menengah ke atas yang memiliki mobil atau ingin membeli mobil
2. Wilayah penelitian dalam penelitian ini akan di lakukan di Bekasi
3. Periode penelitian akan di mulai dari bulan Maret 2024 sampai Agustus 2024

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang sudah di tetapkan di atas, maka rumusan masalah yang di tetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Apakah Fasilitas, Harga, dan Kepercayaan Merek mobil listrik tenaga baterai di Indonesia, dapat mempengaruhi minat beli konsumen menengah ke atas di Bekasi ?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari Fasilitas untuk Mobil listrik Tenaga baterai terhadap minat beli konsumen menengah ke atas di wilayah Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari Harga Mobil listrik tenaga baterai terhadap minat beli konsumen menengah ke atas di wilayah Bekasi.



3. Untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan merek dari Mobil listrik tenaga baterai di Indonesia terhadap minat beli konsumen menengah ke atas di wilayah Bekasi.

G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan menjadi sebuah masukan untuk mengevaluasi strategi pemasaran agar dapat melakukan keputusan yang tepat untuk meningkatkan minat beli konsumen mobil listrik bertenaga baterai.

b. Bagi Pemerintahan

Di harapkan penelitian ini dapat di gunakan sebagai refrensi dan juga pertimbangan dalam mengembangkan fasilitas infrastruktur mobil listrik di Indonesia sehingga memunculkan banyak minat beli konsumen.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi semua pembaca mengenai pengaruh Fasilitas, Harga, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah refrensi yang berguna untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.