

**ANALISA PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT
BELI MOTOR LISTRIK GESITS DI JAKARTA ↙**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Muhammad Alif Prasodjo

2017120212

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRODUCT QUALITY ON
INTENTION TO BUY GESITS ELECTRIC MOTORCYCLES IN JAKARTA** ↙



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in Management

By:

Muhammad Alif Prasodjo

2017120212

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

MANAGEMENT BACHELOR PROGRAM

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



**ANALISA PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT
BELI MOTOR LISTRIK GESITS DI JAKARTA**

Oleh;

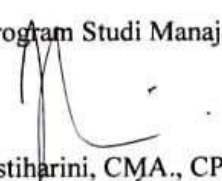
Muhammad Alif Prasodjo

2017120212

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Januari 2023

Ketua Program Studi Manajemen,


Dr. Istiharini, CMA., CPM

Pembimbing Skripsi,


Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Alif Prasodjo
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 23 Juli 1999
NPM : 2017120212
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISA PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI MOTOR LISTRIK GESITS DI JAKARTA

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan:

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs.,M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut diatas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan karya tulis mahasiswa lain). Telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (plagiarisim) merupakan pelanggaran akademik yang saksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kerja sama.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) Uu No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana maksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung, Januari 2023

Dinyatakan tanggal: 8 Januari 2023

Pembuat pernyataan:


rasodjo)

ABSTRAK

Laju perkembangan zaman saat ini dapat dikatakan sangat fantastis, masyarakat dapat menyaksikan munculnya beragam inovasi teknologi yang sangat membantu sebagian besar pekerjaan manusia. Sumber energi terbarukan akan menjadi sumber primer yang semakin besarketika banyak negara menginvestasikan lebih banyak anggaran dan berupaya untuk menggantikan bahan bakar fosil dengan energi terbarukan. Salah satu aksi keberlanjutan Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dengan menciptakan program percepatan pertumbuhan industri kendaraan listrik nasional. Perwujudan mimpi Pemerintah melalui akuisisi saham dari salah satu produsen kendaraan listrik di Indonesia bernama PT Gesits Technologies Indonesia. alasan motor listrik Gesits kurang diminati konsumen yaitu masih belum ada penjelasan mengenai mekanisme pengisian baterai dari motor listrik itu sendiri. penulis ingin mengetahui apakah pengguna scooter tersebut ingin memiliki niat beli terhadap scooter tenaga listrik. Penulis melakukan *preliminary research* menggunakan metode wawancara ke sejumlah responden yang menggunakan sepeda motor sebanyak 20 orang secara acak, hasil *preliminary research* yang dilakukan dengan cara mewawancarai sebanyak 20 (dua puluh) responden yang diambil secara acak di Jakarta, terdapat sebanyak 9 orang dengan persentase 45% ingin membeli motor listrik, dan sebanyak 11 orang dengan persentase 55% menjawab tidak ingin membeli motor listrik. Sehingga hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap niat beli konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk terhadap niat beli sepeda motor listrik Gesits. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi dimensi kinerja, daya tahan, kesesuaian spesifikasi, fungsionalitas dan kehandalan, sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah niat beli.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, observasi dan data sekunder. Sampel penelitian menggunakan *non-probability sampling*, teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat tiga dimensi dari kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap variabel niat beli yaitu *conformance to specifications, features, dan reliability*.

Kata Kunci: kualitas produk, niat beli

ABSTRACT

The current pace of development can be said to be fantastic, people can witness the emergence of various technological innovations that are very helpful for most of human work. Renewable energy sources will become an increasingly primary source as countries invest more budgets and seek to replace fossil fuels with renewable energy. One of the Indonesian Government's sustainability actions through the Ministry of Industry of the Republic of Indonesia is by creating a program to accelerate the growth of the national electric vehicle industry. Realization of the Government's dream through the acquisition of shares from one of the electric vehicle manufacturers in Indonesia named PT Gesits Technologies Indonesia. the reason that the Gesits electric motor is less attractive to consumers is that there is still no explanation regarding the mechanism for charging the battery from the electric motor itself. the author wants to know whether the scooter users want to buy electric scooters. The author conducted preliminary research using the interview method to a number of respondents who used motorcycles as many as 20 people at random, the results of the preliminary research were carried out by interviewing 20 (twenty) respondents who were taken randomly in Jakarta, there were 9 people with a percentage of 45%. want to buy an electric motorbike, and as many as 11 people with a percentage of 55% answered they did not want to buy an electric motorbike. So this shows that there is an influence between product quality on consumer purchase intentions.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality perception on the purchase intentions of Gesits electric motors. The independent variables used in this study are perceptions of performance, durability, conformance to specifications, characteristics and reliability, while the dependent variable used is purchase intention.

This research uses descriptive and quantitative methods, data collection is done by distributing questionnaires to 100 respondents, observational and secondary data. The research sample used non-probability sampling, the data analysis technique used descriptive analysis and multiple linear regression.

The results of the study concluded that there are three dimensions of product quality that have a significant effect on the purchase intention variable, namely conformance to specifications, features, and reliability.

Keywords: *product quality, purchase intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas berkah, rahmat, dan karunia yang telah dilipahkannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisa Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Motor Listrik Gesits Di Jakarta”. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang penulis terima selama menyusun skripsi. Oleh karena itu penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Kedua orang tua penulis, RM. Prasetyo Jati Raharjo dan Annie Yurike yang selalu mendoakan, memotivasi, dan mendukung penulis untuk menyelesaikan studi perkuliahan yang dilakukan penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
2. Aulia Damar Jati Prasodjo, selaku adik dari penulis yang selalu memberi motivasi dan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, masukan, arahan, kritik dan saran sehingga bisa selesai penelitian ini.
4. Ibu Dr. Istiharini, CMA., CPM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si, selaku dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Angela Teressia, S.IP., M.M. selaku dosen wali penulis yang selalu memberikan motivasi dan saran mengenai perkuliahan penulis.
7. Seluruh dosen pengajar dari Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu, memberi informasi, memberi ilmu dan pengalaman sepanjang masa perkuliahan penulis.
8. Randy Renaldy, Mario Puji, Khrisna Nandika, Abet Nego selaku teman dekat penulis, terima kasih sudah menemani dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Meizar Vieri, Ramzi Ali, Naufal Dzaky, Egen, Bagas selaku teman teman seperjuangan penulis selama menjalani skripsi.

10. Fatihan Rafsanjani, Dicky Eriyanto, Bayu Fadiantama, Hanif Dzaki, Stevanus Wisnu, Irfan Dzaki Habibie, Elvan Delfizar, Alem Kurnia, Diar, selaku teman dekat penulis selama berkuliah di Universitas katolik parahyangan yang sudah berbagi canda, tawa, dan memberi dukungan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman bimbingan yang telah berjuang selama satu semester dalam menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh teman-teman Manajemen Unpar 2017 yang tidak bisa disebut satu per satu, terimakasih sudah menambah pengalaman, pertemanan dan kenangan selama kuliah.
13. Teman-teman Sikepi *Workspaces* yang tidak bisa disebut satu per satu, terima kasih atas dukungan moril untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, 8 Januari 2023

Muhammad Alif Prasodjo

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.6 Hipotesis Penelitian.....	10
BAB 2	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Manajemen Pemasaran	11
2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.4 Persepsi	12
2.5 Produk.....	12
2.6 Kualitas Produk	13
2.7 Niat Beli.....	14
2.8 Hubungan Antara Persepsi Atas Kualitas Produk Dan Niat Beli.....	14
BAB 3	17
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	17
3.1 Metode Dan Jenis Penelitian.....	17
3.2 Teknik Pengumpulan Data	17
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	18
3.3.1 Populasi Penelitian.....	18
3.3.2 Sampel Penelitian.....	18
3.4 Operasional Variabel.....	19
3.5 Pengukuran Variabel.....	22
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	23

3.6.1 Uji Validitas	23
3.6.2 Uji Reliabilitas	24
3.7 Teknik Pengolahan Data	26
3.7.1 Analisis Data Secara Deskriptif	26
3.7.2 Analisis Data Secara Kuantitatif	27
3.8 Objek Penelitian.....	32
3.8.1 Profil Perusahaan.....	32
3.8.2 Profil Responden	33
BAB 4	35
PEMBAHASAN	35
4.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Atas Kualitas Produk.....	35
4.1.1 Analisis Deskriptif Pada Dimensi <i>Performance</i>	35
4.1.2 Analisis Deskriptif Pada Dimensi <i>Durability</i>	38
4.1.3 Analisis Deskriptif Pada Dimensi <i>Conformance To Specifications</i>	40
4.1.4 Analisis Deskriptif Pada Dimensi <i>Features</i>	42
4.1.5 Analisis Deskriptif Pada Dimensi <i>Reliability</i>	44
4.1.6 Analisis Deskriptif Pada Variabel Kualitas Produk	45
4.2 Analisis Deskriptif Pada Variabel Niat Beli	46
4.3 Analisis Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Produk Terhadap Niat Beli	49
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	51
BAB 5	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Preliminary Research	5
Tabel 1. 2 Alasan Responden	5
Tabel 2. 1 Jurnal Pendahuluan	15
Tabel 3. 1 Operasional Variabel X	20
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Y	22
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	23
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	25
Tabel 3. 5 Profil Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 3. 6 Profil Usia Responden	33
Tabel 3. 7 Profil Pekerjaan Responden	34
Tabel 4. 1 Motor listrik Gesits nyaman untuk dikendarai	35
Tabel 4. 2 Motor listrik Gesits memiliki battery management system yang baik	36
Tabel 4. 3 Motor listrik Gesits memiliki tenaga cukup untuk perjalanan dalam kota	36
Tabel 4. 4 Motor listrik memiliki build quality yang baik	37
Tabel 4. 5 Rata-rata dimensi Performance	37
Tabel 4. 6 Motor listrik Gesits memiliki kapasitas baterai yang besar	38
Tabel 4. 7 Motor listrik Gesits memiliki daya tahan baterai yang bagus	38
Tabel 4. 8 Motor listrik Gesits memiliki rangka yang kokoh	39
Tabel 4. 9 Rata-rata dimensi Durability	39
Tabel 4. 10 Motor listrik Gesits mudah dioperasikan untuk berkendara	40
Tabel 4. 11 Motor listrik Gesits memiliki baterai yang irit	40
Tabel 4. 12 Motor listrik Gesits telah memenuhi standar keamanan	41
Tabel 4. 13 Rata-rata dimensi Conformance To Specifications	41
Tabel 4. 14 Motor listrik Gesits memiliki tampilan yang menarik	42
Tabel 4. 15 Motor listrik Gesits memiliki fitur yang canggih	42
Tabel 4. 16 Motor listrik Gesits memiliki mode mundur	43
Tabel 4. 17 Rata-rata dimensi Features	43
Tabel 4. 18 Motor listrik Gesits memiliki kualitas yang terjamin	44
Tabel 4. 19 Motor listrik Gesits memiliki kemudahan dalam maintenance	44
Tabel 4. 20 Rata-rata dimensi Reliability	45
Tabel 4. 21 Rata-rata Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4. 22 Anda ingin mencari informasi mengenai motor listrik Gesits	46
Tabel 4. 23 Anda memiliki rasa ingin tahu mengenai motor listrik Gesits	46
Tabel 4. 24 Anda akan mempertimbangkan untuk membeli motor listrik Gesits	47
Tabel 4. 25 Anda memiliki keinginan untuk mencoba motor listrik Gesits	47
Tabel 4. 26 Anda memiliki rasa ingin mempunyai motor listrik Gesits	48
Tabel 4. 27 Rata-rata Variabel Niat Beli	48
Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolinearitas	50

Tabel 4. 29 Hasil Uji F (Simultan)	51
Tabel 4. 30 Hasil Uji T (Parsial)	52
Tabel 4. 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Motor Di Indonesia Tahun 2022 (Januari – Oktober)	1
Gambar 1. 2 Spesifikasi Motor Terjual Di Indonesia Tahun 2022	2
Gambar 1. 3 Model Kerangka Pemikiran	10
Gambar 4. 1 Normal P-Plot	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Kuesioner	66
Lampiran 3 Uji Validitas.....	67
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	68
Lampiran 5 Riwayat Hidup	69

BAB 1

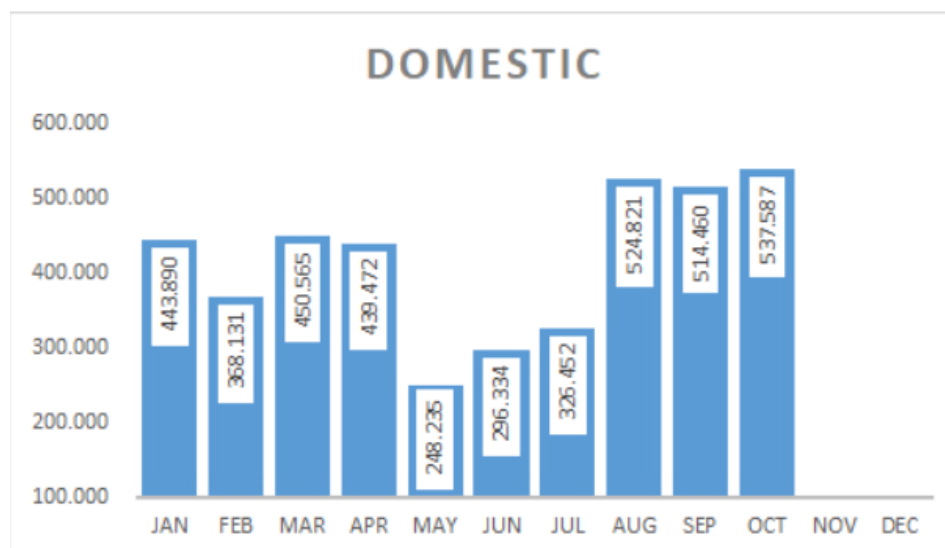
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepeda motor adalah moda transportasi yang memudahkan tugas sehari-hari. Akibatnya, banyak pengguna atau pelanggan lebih menyukai sepeda motor daripada mobil atau moda transportasi lainnya. Sepeda motor dianggap lebih berguna dan tidak terlalu sulit terjebak kemacetan.

Banyak bisnis yang berlomba-lomba menjual produknya di bidang transportasi, seperti sepeda motor. Agar bisnis ini dapat mendominasi pasar yang kompetitif, setiap perusahaan menawarkan kepada konsumen keunggulan terbaik dari produk yang tersedia. Konsumen menganggap produksi sepeda motor yang meliputi kualitas model, ketersediaan suku cadang, fasilitas perbaikan resmi, desain produk, performa mesin, dan harga jual kembali menjadi faktor pendukung dalam menentukan pilihannya.

Gambar 1. 1 Penjualan Motor Di Indonesia Tahun 2022 (Januari – Oktober)



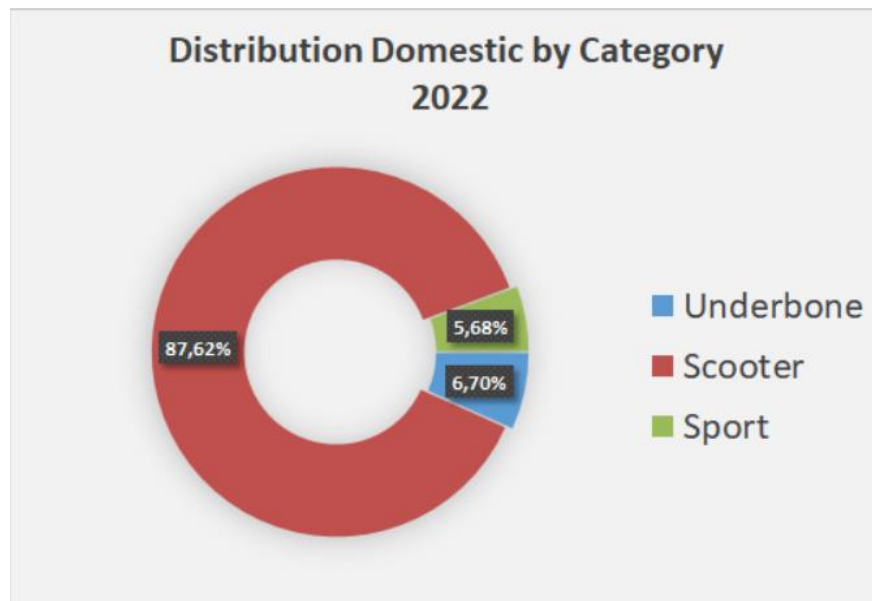
Sumber: www.aisi.or.id/statistic

Berdasarkan data yang terambil dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menjelaskan total penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2022 dari bulan Januari hingga Oktober sebanyak 4,149,947 unit. Hal ini menunjukkan tingginya pembelian sepeda motor di

Indonesia. Dari data yang sudah dilampirkan, penulis mengambil data spesifikasi sepeda motor apa saja yang menjadi pilihan konsumen di Indonesia.

Dari analisis total penjualan sepeda motor di Indonesia terdapat beberapa pilihan kategori sepeda motor yang digemari oleh konsumen di Indonesia.

Gambar 1. 2 Spesifikasi Motor Terjual Di Indonesia Tahun 2022



Sumber: www.aisi.or.id/statistic

Dari data yang sudah didapat dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) terdapat 3 spesifikasi sepeda motor yang menjadi pilihan di Indonesia dan sepeda motor jenis *scooter* menjadi peminat terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia menginginkan sepeda motor yang mudah untuk mobilisasi dan tidak membuat pengendara lelah saat mengendarainya.

Laju perkembangan zaman sekarang ini dapat dikatakan begitu fantastis, masyarakat bisa melihat diperkenalkannya berbagai kemajuan teknologi yang sangat memudahkan sebagian besar pekerjaan manusia. Kehadiran inovasi teknologi muncul dengan beberapa Istilah-istilah seperti Industri 1.0 hingga Industri 4.0, yang saat ini sedang dibahas dan diharapkan dapat diterapkan di berbagai bidang kehidupan. Sungguh, sebagian besar negara di dunia tidak pernah menyerah mencari hal-hal baru. Dunia saat ini sedang menciptakan teknologi baru untuk sektor energi terbarukan, jika kita berkonsentrasi pada kata "sesuatu yang baru". Sumber energi terbarukan akan

menjadi sumber primer yang semakin besar ketika banyak negara menginvestasikan lebih banyak anggaran dan berupaya untuk menggantikan bahan bakar fosil dengan energi pengganti. Mengingat bahwa dunia telah menggunakan banyak energi yang berasal dari bahan bakar fosil, inilah saatnya untuk melakukan penelitian dan pengembangan, dan hal tersebut berakibat kepada kerusakan lingkungan.

Fakta saat ini, tingkatan kualitas udara menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kerusakan lingkungan. Di sebagian besar negara berkembang, polusi udara saat ini menjadi masalah lingkungan yang rumit. dari Metro, melaporkan. Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tahun 2020 ditandai dengan tingginya tingkat pencemaran PM 2.5 di Jakarta, menurut Tempo. bersama. dan data kualitas udara global *IQ Air*. Menurut *IQ Air Visual*, Jakarta merupakan salah satu dari lima kota di dunia dengan kualitas udara terburuk. Potret kerusakan lingkungan dari kotornya udara disebabkan oleh emisi karbon yang diproduksi oleh pesawat, kendaraan bermotor, dan pabrik. Kondisi ini menjadi “musuh” bersama bagi seluruh masyarakat dunia.

Perwakilan dari berbagai negara di seluruh dunia diundang untuk mengambil tindakan nyata untuk memperbaiki kerusakan ini. Mereka bersatu melalui program Tujuan Pembangunan Berkelanjutan ("SDGs") Perserikatan Bangsa-Bangsa, yang diluncurkan pada 25 September 2015. Perserikatan Bangsa-Bangsa mengembangkan serangkaian agenda pembangunan berkelanjutan untuk tahun 2030 melalui program ini, yang mencakup 17 tujuan pembangunan berkelanjutan. menganut slogan "*no one left behind*". Tujuan dari program ini bertujuan mengubah dunia, yang saat ini dicirikan oleh ketidaksetaraan di banyak bidang sebagai akibat dari kecerobohan manusia selama beberapa dekade.

Pemerintah Indonesia juga tidak duduk diam, Pemerintah menanggapi dengan sigap dan tanggap dengan menerbitkan Peraturan Presiden No. 59 tahun 2017 berkaitan dengan pelaksanaan pencapaian tujuan keberlanjutan sebagai dasar pemantauan pelaksanaan strategi keberlanjutan. Karena tujuan pembangunan jangka panjang Republik Indonesia sangat selaras dengan agenda *SDGs*, dalam hal ini pemerintah Indonesia berpartisipasi dalam program *SDGs*. Pemerintah sangat termotivasi untuk bekerjasama dengan semua pihak yang terlibat melaksanakan 17 tujuan pembangunan berkelanjutan.

Salah satu aksi keberlanjutan Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dengan menciptakan program percepatan perluasan pasar kendaraan listrik

secara nasional. Hal ini sejalan dengan *trend* global menuju penggunaan kendaraan yang ramah lingkungan dan hemat energi, sekaligus berkontribusi pada target nomor 7 dari *SDGs* mengenai Energi Bersih dan Terjangkau. Pemerintah menargetkan pada tahun 2025 akan diproduksi kendaraan bermotor listrik baterai (KBLBB) sebanyak 400.000 roda empat dan 1,76 juta kendaraan bermotor listrik baterai roda dua. Hingga tahun 2030 target produksi ini akan meningkat menjadi 600.000 kendaraan roda empat dan 2,45 juta kendaraan roda dua. Pemerintah juga bertujuan menjadikan Indonesia sebagai pemain utama produsen kendaraan dunia dan memangkas emisi gas rumah kaca (GRK) hingga 29% pada tahun 2030.

Perwujudan mimpi Pemerintah melalui akuisisi saham dari salah satu produsen kendaraan listrik di Indonesia bernama PT Gesits Technologies Indonesia (GTI) yang didirikan sejak tahun 2018 melalui Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT Wika Industri dan Manufaktur (WIMA). Dengan akuisisi ini, maka Perseroan memiliki keleluasaan dalam memproduksi lebih banyak pabrik motor listrik berlabel “Gesits” untuk mencapai target produksi Pemerintah di tahun 2030.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa merek motor listrik seperti Gesits, Volta, Ecgo, Viar, Selis, United, Dan Alva One. Dari data penjualan keseluruhan motor di Indonesia menurut <https://otomotif.kompas.com/> penjualan kendaraan motor tenaga listrik hanya terjual sebanyak 19,024 unit sampai bulan Juli 2022 atau hanya sebesar 0.46% dari rata – rata penjualan sepeda motor di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa peminat motor kendaraan listrik di Indonesia masih terbilang rendah.

Gejala yang dilihat dan menyambungkan dengan <https://www.gridoto.com/> alasan motor listrik Gesits kurang diminati konsumen yaitu kecepatan dari motor listrik tidak secepat motor konvensional dengan rata – rata kecepatan hanya sekitar 60 km/jam, dan motor Gesits sendiri memiliki harga yang cukup tinggi untuk motor bertenaga listrik, dan masih belum ada penjelasan mengenai mekanisme pengisian baterai dari motor listrik itu sendiri. Motor Gesits hanya dibekali baterai sebesar 5kw dan hanya dapat ditempuh jarak sejauh 50km sehingga hal itu membuat masih minimnya peminat dari motor Gesits ini. Dari segi harga motor gesits terbilang dibanderol harga cukup tinggi kisaran Rp.28,7 juta rupiah, dengan harga yang terbilang tinggi maka dari itu awal pembuatannya hingga 27 Oktober 2021 mereka hanya mampu menjual sebanyak 4000 unit saja dengan perakitan harian sebanyak 60 motor per hari. Dalam tahun 2022 penjualan motor listrik

Gesits menurut sampai dengan 5 April 2022 penjualan *retail* mencapai 15 – 20 unit per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya minat konsumen untuk beralih ke penggunaan motor listrik

https://otomotif.kompas.com/read/2022/04/05/171200415/bidik-pasar-fleet-ini-warna_motor-listrik-gesits-paling-diminati.

Dengan banyaknya pengguna sepeda motor kategori *scooter* sebesar 87,62%, penulis ingin mengetahui apakah pengguna *scooter* tersebut ingin memiliki niat beli terhadap *scooter* tenaga listrik. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis melakukan *preliminary research* menggunakan metode wawancara ke sejumlah responden yang menggunakan sepeda motor sebanyak 20 orang secara acak, apakah mereka memiliki niat untuk menggunakan sepeda motor berbasis tenaga listrik.

Tabel 1. 1 Preliminary Research

Pertanyaan	Berniat Membeli	Tidak Berniat Membeli
Apakah anda ingin menggunakan kendaraan motor tenaga listrik?	9	11
Persentase	45%	55%

Sumber: *Preliminary Research*

Dari hasil *preliminary research* yang dilakukan dengan cara mewawancarai sebanyak 20 (dua puluh) responden yang diambil secara acak di Jakarta. Dari seluruh responden yang sudah menjawab, terdapat sebanyak 9 orang dengan persentase 45% ingin membeli motor listrik, dan sebanyak 11 orang dengan persentase 55% menjawab tidak ingin membeli motor listrik. Dari beberapa orang yang menjawab tidak ingin menggunakan kendaraan listrik memiliki beberapa respon sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Alasan Responden

Keterangan	Responden	Persentase
Kinerja produk belum diketahui	7 dari 11	63,6%
Daya tahan produk belum diketahui	8 dari 11	72,7%

Fitur yang belum diketahui	9 dari 11	81,8%
Performa kendaraan belum diketahui	9 dari 11	81,8%

Sumber: *Preliminary Research*

Dari hasil responden yang di paparkan pada tabel 1.2 menjelaskan bahwa responden ini tidak ingin menggunakan kendaraan berbasis tenaga listrik karena kinerja dari motor listrik belum diketahui, belum mengetahui daya tahan dari produk, fitur dan performa juga belum terlalu jelas. Berdasarkan hasil dari jawaban responden melalui *preliminary research* jawaban tersebut merupakan faktor-faktor dari kualitas produk. Dengan penulis melakukan *preliminary research* kepada 20 responden pengguna sepeda motor secara *random* di kota Jakarta dan mendapatkan hasil berupa 11 orang tidak memiliki niat beli dari produk dari motor listrik Gesits dan lebih memilih untuk membeli produk lain. Setelah menemukan jawaban responden yang ingin dan tidak ingin membeli motor listrik Gesits penulis mempersempit pertanyaan kepada responden yang tidak ingin membeli produk dari motor Gesits. Dari 11 orang responden terdapat 7 orang yang belum mengetahui kinerja dari motor listrik tersebut. 8 orang memaparkan apakah daya tahan dari produk terjamin. 9 orang menjelaskan bahwa fitur – fitur dari produk belum diketahui. 9 orang mempertanyakan performa dari produk. Hal ini menyebabkan tidak adanya niat beli dari motor listrik Gesits. Dengan rendahnya niat beli akan suatu produk maka akan berpengaruh buruk terhadap perusahaan.

Atas uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Analisa Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Motor Listrik Gesits Di Jakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis menyimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi atas kualitas produk motor listrik Gesits menurut masyarakat Jakarta?
2. Bagaimana niat beli produk motor listrik Gesits menurut masyarakat Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh persepsi akan kualitas produk terhadap niat beli motor listrik Gesits menurut masyarakat Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Mengetahui persepsi atas kualitas produk motor listrik Gesits menurut masyarakat Jakarta.
2. Mengetahui niat beli dari motor listrik Gesits menurut masyarakat Jakarta.
3. Mengetahui berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap niat beli motor listrik Gesits menurut masyarakat Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi peneliti

Dari hasil penelitian yang didapat diharapkan berguna untuk memperluas wawasan pengetahuan di konsentrasi manajemen pemasaran secara spesifik dalam hal analisa kualitas produk terhadap niat beli.

- Bagi pihak perusahaan

Penullis berharap dengan adanya penelitian ini dapat berguna bagi produsen motor listrik gesits untuk meningkatkan kualitas produk motor listrik sehingga meningkatkan niat beli konsumen.

- Bagi pihak lain

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan informasi, wawasan dan menjadi refrensi penelitian dengan masalah yang sama dengan waktu yang berbeda.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) dalam (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2012), produk adalah metode pengendalian berbagai komponen suatu produk, seperti merencanakan dan menciptakan barang atau jasa yang paling efektif yang dapat ditambahkan, diperbaiki, atau dimodifikasi dari apa yang telah ditawarkan. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2015) Menurut kompetensi, kapasitas, dan daya beli pasar organisasi, produk adalah interpretasi subjektif pembuatnya terhadap sesuatu yang dapat digambarkan sebagai pertempuran antara memenuhi harapan pelanggan dan tujuan organisasi.

Menurut Kotler & Keller (2016) Persepsi adalah metode dimana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan input informasi untuk menghasilkan gambaran mendalam tentang dunia luar. Itu tidak hanya tergantung pada tingkat gairah fisik tetapi juga pada interaksi antara rangsangan dan lingkungan serta keadaan internal kita masing-masing.

Kualitas produk merupakan kemampuan dari sebuah produk dalam menjalankan kegunaannya. menurut (Kotler & Armstrong, 2014) penjelasan dari kualitas produk adalah "kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya itu termasuk daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya.". Ini menjelaskan bahwa fungsionalitas produk ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk diperbaiki.

Dalam teori kualitas produk terdapat beberapa dimensi yang dipaparkan menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja): berkaitan dengan karakteristik operasional dasar suatu produk.
2. *Durability* (daya tahan): berkaitan dengan berapa lama suatu produk akan bertahan sebelum perlu diganti.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi): Secara khusus, seberapa baik suatu produk memenuhi persyaratan atau apakah ada kekurangan.
4. *Features* (fitur): adalah atribut produk yang dimaksudkan untuk meningkatkan fungsionalitas produk atau minat konsumen terhadap produk tersebut.
5. *Reliability* (reliabilitas): adalah kemungkinan bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam jangka waktu tertentu.

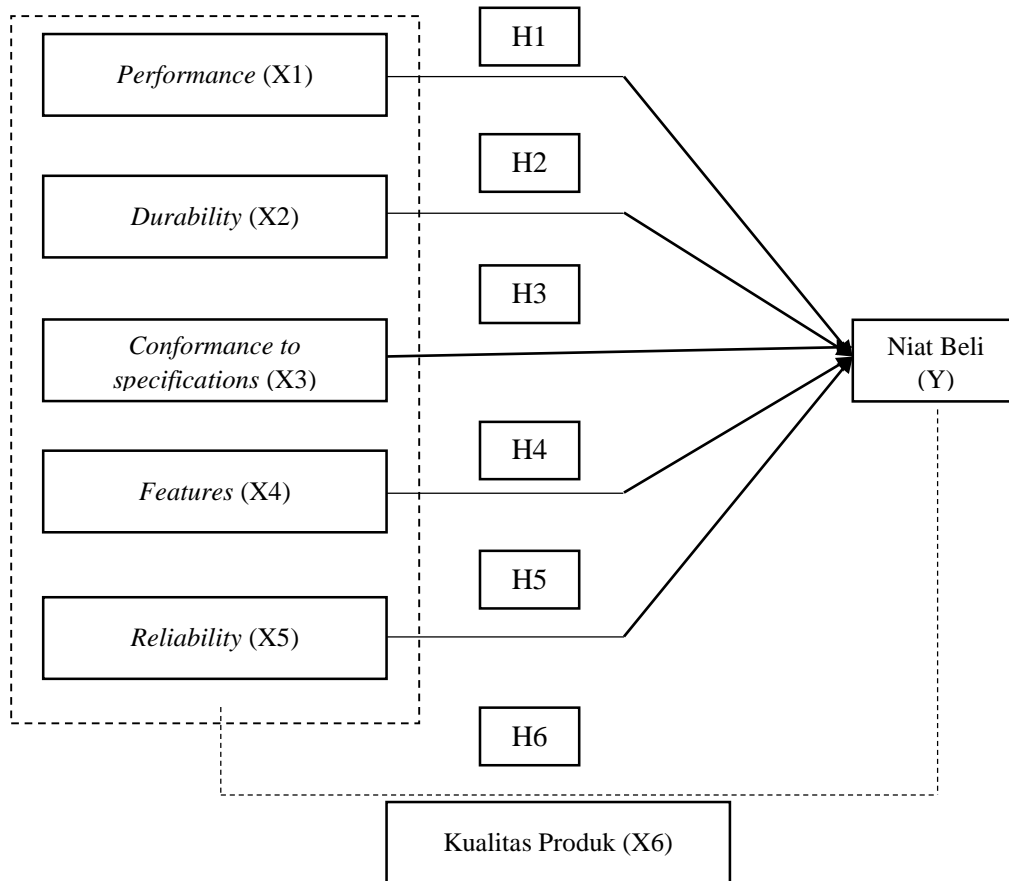
Niat beli merupakan bentuk perilaku konsumen untuk memilih dan membeli suatu produk berdasarkan pengalaman, pemakaian, dan keinginan terhadap suatu produk (Kotler & Keller, 2016). Sedangkan menurut (Anoraga, 2010), definisi dari variabel niat beli adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelanggan atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan atau yang dibutuhkan oleh konsumen.

Dalam variabel niat beli, Menurut Ferdinand (2013) niat beli memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

- a. Niat transaksional: yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli sebuah produk.
- b. Niat referensial: yaitu kecenderungan seseorang merefrensikan suatu produk kepada orang lain.
- c. Niat preferensial: yaitu penggambaran perilaku seseorang memiliki preferensi kepada produk tersebut. Preferensi hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya tersebut.
- d. Niat eksploratif: yaitu menggambarkan perilaku seseorang untuk mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari sisi positif dari produk tersebut.

Hubungan antara variabel kualitas produk dan variabel niat beli menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa Kapasitas suatu produk untuk memberikan kinerja yang memenuhi dan bahkan mungkin melebihi harapan pelanggan dikenal sebagai kualitas produk. Menurut (Budiningtyas, Purwadi, & Mardalis, 2010) dalam (Suandayana & Setiawan, 2019) menyimpulkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen adalah kualitas produk.

Gambar 1. 3 Model Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penulis

1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil penjelasan diatas, penulis menarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Dimensi *performance* berpengaruh positif terhadap niat beli.
- H2: Dimensi *durability* berpengaruh positif terhadap niat beli.
- H3: Dimensi *Conformance to specifications* berpengaruh positif terhadap niat beli.
- H4: Dimensi *features* berpengaruh positif terhadap niat beli.
- H5: Dimensi *reliability* berpengaruh positif terhadap niat beli.
- H6: Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap niat beli.