

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dibuat untuk menjawab rumusan masalah. Sedangkan saran akan memuat beberapa masukan mengenai hasil penelitian.

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dimuat dalam rumusan masalah. Berikut ini kesimpulan yang diperoleh dari proses penelitian.

1. Terdapat tujuh atribut yang dipertimbangkan konsumen saat akan berniat membeli mobil listrik antara lain jenis produk, harga, fitur produk, jarak tempuh, kapasitas penumpang, model, dan garansi baterai.
2. Berdasarkan nilai *average importance* diperoleh informasi mengenai tingkat kepentingan masing-masing atribut dari produk mobil listrik. Atribut dengan nilai *average importance* tertinggi adalah atribut jarak tempuh yaitu sebesar 23,66 persen, lalu diikuti dengan atribut harga dengan *average importance* sebesar 19,31 persen. Atribut jenis produk dengan *average importance* sebesar 17,12 persen. Atribut kapasitas penumpang dengan *average importance* sebesar 13,93 persen. Atribut fitur produk dengan *average importance* sebesar 13,34 persen. Atribut model dengan *average importance* sebesar 8,80 persen. Atribut garansi baterai dengan *average importance* sebesar 3,85 persen.
3. Usulan kombinasi yang sesuai dengan preferensi konsumen adalah produk mobil listrik dengan level jarak tempuh 1.241 km, harga Rp299.500.000, jenis produk *battery* EV, kapasitas 7 penumpang, fitur produk *fast charging*, dan garansi baterai selama 8 tahun (160.000 km).

V.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut.

1. Usulan kombinasi level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan produk mobil listrik.
2. Tingkat kepentingan atribut dapat dipertimbangkan dalam kegiatan pengembangan produk mobil listrik sehingga dapat diketahui atribut mana yang dapat didahulukan.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya menghilangkan asumsi *mutually exclusive* dari atribut fitur produk agar didapatkan estimasi hasil perhitungan CBC yang lebih stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriathama, R. (2022). Consumer Journey Dalam Pembelian Kendaraan Listrik. *Jurnal Management Atma Jaya*, 14(2), 597–606. doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/wpm.v14i2.4226>
- Aziz, M., Marcellino, Y., Rizki, I. A., Ikhwanuddin, S. A., & Simatupang, J. W. (2020). Studi Analisis Perkembangan Teknologi Dan Dukungan Pemerintah Indonesia Terkait Mobil Listrik. *TESLA: Jurnal Teknik Elektro*, 22(1), 45. doi: <https://doi.org/10.24912/tesla.v22i1.7898>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit) Tahun 2018-2022. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Chicco, D., Warrens, M. J., & Jurman, G. (2021). The Coefficient of Determination R-squared is More Informative Than SMAPE, MAE, MAPE, MSE and RMSE in Regression Analysis Evaluation. *PeerJ Computer Science*, 7, 1–24. doi: <https://doi.org/10.7717/PEERJ-CS.623>
- Fawcett, A. M., Fawcett, S. E., Cooper, M. B., & Daynes, K. S. (2014). Moments of Angst: A Critical Incident Approach to Designing Customer-Experience Value Systems. *In Benchmarking*, 21(3). doi: <https://doi.org/10.1108/BIJ-09-2012-0059>
- Frenagen, I. (2019). Dampak Ketergantungan Impor BBM Terhadap Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/>
- Frost, S. (2018). The Future of Electric Vehicle in South East Asia. Diakses dari <https://frost-apac.com/>
- Greenstone, M., & Fan, Q. (Claire). (2019). Kualitas Udara Indonesia yang Memburuk dan Dampaknya Terhadap Harapan Hidup. *Air Quality Life Index*, 1–10.
- Hair, J.F., Black, W. C., Babin, J. B., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New Jersey: Pearson Practice Hall.
- Hidayat, N., W. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Merek Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Pada Merek Eiger). doi: <http://eprints.ums.ac.id/101345/>

- IESR (2023). Indonesia Electric Vehicle Outlook 2023. Jakarta: Institute for Essential Services Reform (IESR).
- Kementrian Energi dan Sumber Daya Mineral. (2019). Kebijakan dan Strategi Pasokan Energi Untuk Kendaraan Bermotor Listrik. Diakses dari <https://baketrans.dephub.go.id/>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran 12th Edition*. Penerbit PT. INDEKS.
- Lewis, C. D. (1982). *International and Business Forecasting Methods*. London: Butterworth.
- Laia, K. (2022). Laporan IQAir: Indonesia Peringkat ke-17 Negara Paling Berpolusi. Diakses dari <https://betahita.id/>
- Lolowang. I., R., A. (2013). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua *Emerald City* Akrland Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 91–110.
- Mustajab, R. (2023). Penjualan Mobil Listrik di Indonesia Capai 15.437 Unit pada 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/>
- iNews. (2022). Masa Depan Mobil Listrik di Indonesia Cerah, Persaingan Tahun Depan Bakal Sengit. Diakses dari <https://www.inews.id/>
- Orme, B. K. (2010). *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research (2nd Edition)*. USA: Research Publishers LLC
- Parinduri, L., Yusmartato, Y., & Parinduri, T. (2018). Kontribusi Konversi Mobil Konvensional ke Mobil Listrik Dalam Penanggulangan Pemanasan Global. *Journal of Electrical Technology*, 3(2), 116–120.
- Pahlevi, R. (2022). Berapa Penjualan Mobil Listrik di Indonesia? Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/>
- Paputungan, A. R., Bachri, S., & Ponirin, P. (2021). Pengaruh Atribut Produk Dalam Mendorong Niat Beli Smartphone Oppo Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(1), 021–029. doi: <https://doi.org/10.22487/jimut.v7i1.214>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 79 Tahun 2014 Tentang Kebijakan Energi Nasional. (2014). Presiden Republik Indonesia.

- Pratiwi, A. A., Wibawa, B. M., & Baihaqi, I. (2020). Identifikasi Atribut Sepeda Motor Listrik Terhadap Niat Membeli: Kasus di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(1). doi: <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i1.50819>
- Raksodewanto, A. A. (2020). Membandingkan Mobil Listrik dengan Mobil Konvensional. *Institut Teknologi Indonesia*, 89–92.
- Rao, V. R. (2014). *Applied Conjoint Analysis*. doi: 10.1007/978-3-540-87753-0
- Rizaty, M. A. (2022). NASA: Suhu Permukaan Bumi Naik 0,85°C pada 2021. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Sasmita, M. H., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mobil Hybrid Toyota Dimasa Pandemi. *The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on*. 8(3).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Sekretaris Jenderal Dewan Energi Nasional. (2019). Indonesia Energy Outlook 2019. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. (2009). Presiden Republik Indonesia.