



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Hubungan Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga
Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Listrik pada
Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan**

Skripsi

Oleh

Hansen Joses Filemon

6081901063

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Hubungan Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga
Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Listrik pada
Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan**

Skripsi

Oleh

Hansen Joses Filemon

6081901063

Pembimbing

Roni Tua, S.IP., M.T.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Hansen Joses Filemon
Nomor Pokok : 6081901063
Judul : Analisis Hubungan Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Listrik pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 4 Juli 2024
Dan dinyatakan LULUS

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. M.M., M.Phil. : 
Sekretaris
Roni Tua, S.IP., M.T. : 
Anggota
Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Orpha Jane

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hansen Joses Filemon
NPM : 6081901063
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana
Judul : Analisis Hubungan Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Listrik pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Juni 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hansen Joses Filemon".

Hansen Joses Filemon

ABSTRAK

Nama : Hansen Joses Filemon
NPM : 6081901063
Judul : Analisis Hubungan Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Listrik pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan

Pengguna sepeda motor di Indonesia sudah sangat banyak dan termasuk ke dalam salah satu negara dengan pengguna sepeda motor terbesar ke tiga di dunia. Pengguna sepeda motor yang sudah sangat banyak di Indonesia memiliki dampak negatif terhadap lingkungan, seperti: polusi udara. Perusahaan otomotif di Indonesia mulai memproduksi sepeda motor listrik yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif yang dihasilkan dari sepeda motor konvensional dan keberlanjutan lingkungan. Pengadopsian sepeda motor listrik di masyarakat masih tergolong sedikit dibandingkan pengguna sepeda motor konvensional. Karena pengadopsian sepeda motor listrik yang masih tergolong sedikit di masyarakat, dibutuhkan agen penggerak perubahan di lingkup masyarakat, yaitu mahasiswa dan hal tersebut menjadi alasan pemilihan topik penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi kualitas dan persepsi harga terhadap minat beli produk sepeda motor listrik pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan. Persepsi kualitas dapat diartikan sebagai penilaian konsumen berupa keunggulan pada suatu produk atau jasa berdasarkan manfaat yang diterima oleh konsumen. Persepsi harga dapat diartikan sebagai penilaian konsumen dari manfaat yang diterima pada suatu produk atau jasa terhadap nilai yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan.

Jenis penelitian ini adalah jenis kuantitatif dan data yang diperoleh berasal dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, didapat jumlah responden sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Tahap selanjutnya adalah pengolahan data dibantu dengan program *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 27.

Hasil dengan uji korelasi *Rank Spearman* menunjukkan adanya hubungan antara variabel persepsi kualitas terhadap minat beli dengan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,486 dan termasuk ke dalam kategori sedang. Hasil uji korelasi *Rank Spearman* menunjukkan adanya hubungan antara variabel persepsi harga terhadap minat beli dengan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,538 dan termasuk ke dalam kategori sedang.

Kata Kunci: Minat Beli, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas

ABSTRACT

Name : Hansen Joses Filemon

Student ID : 6081901063

Title : *Correlation Analysis between Perceived Quality and Perceived Price with Purchase Intention on Electric Motorcycle Products at Students of Parahyangan Catholic University*

Indonesia is one of the countries with the third largest motorcycle users in the world. The numerous number of motorcycle produces negative impacts on the environment, include air pollution. Automotive producers in Indonesia have started making electric motorcycles which aim to reduce the negative impacts resulting from conventional motorcycles and environmental sustainability. Considering that the adoption of electric motorcycles is slow, this innovation needs the acceptance of the agents of change, include higher education students. The rationale for choosing this research topic is to assess the perception held by university students on the the quality and price of the current electric motorbike products.

This study aims to correlation analysis between perceived quality and perceived price with purchase intention on electric motorcycle products at students of Parahyangan Catholic University. Perceived quality can be interpreted as a consumer assessment of the superiority of a product or service based on the benefits received by consumers. Perceived price can be interpreted as a consumer assessment of the benefits received on a product or service against the value that has been spent to obtain a particular product or service. Purchase intention can be interpreted as an effort made by consumers to obtain the product or services.

This type of research is quantitative and the data obtained comes from the results of a questionnaire distributed to students of Parahyangan Catholic University. Based on the results of the questionnaire distributed, the number of respondents was 100 people with a sampling technique using accidental sampling. The next step is data processing assisted by the Statistical Program for Social Science (SPSS) version 27.

The results of the Spearman Rank correlation test showed a relationship between the perceived quality variable and purchase intention with a Pearson Correlation value of 0.486 and included in the moderate category. The results of the Spearman Rank correlation test showed a relationship between the perceived price variable and purchase intention with a Pearson Correlation value of 0.538 and included in the moderate category.

Keywords: Purchase Intention, Perceived Price, Perceived Quality

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan pertolongan kasih karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Hubungan Persepsi Kualitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Listrik pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak ketika melakukan penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa dengan segala penyertaan serta pertolongan yang diberikan-Nya.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Roni Tua, S.IP., M.T. selaku dosen pembimbing dalam proses penyusunan skripsi.
4. Aurelia Natasya yang senantiasa menemani dalam proses penyusunan skripsi dan memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi hingga dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Ivan Chounata yang telah memberikan bantuan dan informasi terkait penyusunan skripsi.
8. Saudara-saudara penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

9. Teman-teman Pietung Pujasera Gatsu 32, yaitu Farhan, Stephan, Zerine, Calvin, Elias, dan Leon.
10. Giovanni Elbert yang telah memberikan informasi terkait penyusunan skripsi.
11. Manuel Dignatio yang telah memberikan informasi terkait penyusunan skripsi.
12. Ricco Ivan Lee yang telah memberikan semangat sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
13. Muhammad Farhan Alandi yang telah memberikan semangat dan memberikan informasi terkait penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga penulisan skripsi ini dapat berguna serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Bandung, 13 Juni 2024



Hansen Joses Filemon

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ixx
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Permasalahan	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Objek Penelitian.....	8
BAB 2 KERANGKA TEORI DAN METODOLOGI.....	9
2.1. Teori dan Konsep.....	9
2.1.1. Persepsi	9
2.1.1.1. Jenis-Jenis Persepsi.....	10
2.1.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	11
2.1.1.3. Proses Terjadi Persepsi	11
2.1.2. Persepsi Kualitas	12
2.1.2.1. Definisi Kualitas Produk.....	12
2.1.2.2. Definisi Persepsi Kualitas	12
2.1.2.3. Dimensi Persepsi Kualitas	13
2.1.3. Persepsi Harga.....	15
2.1.3.1. Definisi Harga.....	15
2.1.3.2. Definisi Persepsi Harga	15

2.1.3.3. Dimensi Persepsi Harga.....	15
2.1.4. Minat Beli	16
2.1.4.1. Definisi Minat Beli	16
2.1.4.2. Dimensi Minat Beli.....	17
2.1.5. Penelitian Terdahulu	17
2.1.5.1. Hubungan Persepsi Kualitas dengan Minat Beli ...	17
2.1.5.2. Hubungan Persepsi Harga dengan Minat Beli	20
2.1.6. Kerangka Konseptual	23
2.2. Metodologi.....	24
2.2.1. Metode Penelitian	24
2.2.2. Jenis Data	25
2.2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	25
2.2.4. Operasionalisasi Variabel	27
2.2.5. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	32
2.2.6. Populasi dan Sampel	33
2.2.7. Jadwal Pelaksanaan Pengumpulan Data	35
2.2.8. Teknik Analisis Data.....	37
2.2.8.1. Analisis Statistik Deskriptif	37
2.2.8.2. Uji Validitas	37
2.2.8.3. Uji Reliabilitas	38
2.2.8.4. Uji Asumsi Klasik.....	38
2.2.8.5. Uji Linearitas	40
2.2.8.6. Analisis Korelasi.....	40
2.2.8.6.1. Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	40
2.2.8.7. Uji Hipotesis	41
2.2.8.8. Hipotesis Penelitian	42
2.2.8.9. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB 3 HASIL DAN PEMBAHASAN	44
3.1. Hasil Penelitian	44
3.1.1. Analisis Statistik Deskriptif	44

3.1.1.1.	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terkait Variabel Persepsi Kualitas (X1)	47
3.1.1.2.	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terkait Variabel Persepsi Harga (X2).....	51
3.1.1.3.	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terkait Variabel Minat Beli (Y).....	54
3.1.2.	Analisis Statistik Deskriptif	57
3.1.2.1.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas	57
3.1.2.2.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	58
3.1.2.3.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli ..	59
3.1.3.	Uji Validitas	60
3.1.4.	Uji Reliabilitas	62
3.1.5.	Uji Asumsi Klasik.....	62
3.1.5.1.	Uji Normalitas.....	62
3.1.5.2.	Uji Multikolinearitas	63
3.1.5.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.1.6.	Uji Linearitas.....	65
3.1.6.1.	Uji Linearitas Variabel Persepsi Kualitas dengan Minat Beli	65
3.1.6.2.	Uji Linearitas Variabel Persepsi Harga dengan Minat Beli	66
3.1.7.	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	67
3.1.7.1.	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Variabel Persepsi Kualitas dengan Variabel Minat Beli.....	67
3.1.7.2.	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Variabel Persepsi Harga dengan Variabel Minat Beli	69
3.1.7.3.	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Variabel Persepsi Kualitas dengan Variabel Persepsi Harga	70
3.1.8.	Uji Hipotesis	72

3.1.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	72
3.1.9. Analisis Koefisien Determinasi	73
3.2. Pembahasan Hasil Penelitian	74
3.2.1. Pembahasan Hubungan Persepsi Kualitas Dengan Minat Beli	74
3.2.2. Pembahasan Hubungan Persepsi Harga Dengan Minat Beli	76
BAB 4 KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI.....	79
4.1. Kesimpulan	79
4.2. Rekomendasi.....	80
4.3. Implikasi	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 2.2	Tabel Skala Pengukuran Variabel Penelitian	32
Tabel 2.3	Tabel Jadwal Pelaksanaan Pengumpulan Data	35
Tabel 2.4	Tabel Tingkat Korelasi	41
Tabel 3.1	Data responden berdasarkan usia responden.....	44
Tabel 3.2	Data responden berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 3.3	Data responden berdasarkan jurusan.....	46
Tabel 3.4	Data responden berdasarkan kendaraan yang paling sering digunakan ke kampus setiap hari	47
Tabel 3.5	Tanggapan Responden Terkait Variabel Persepsi Kualitas	48
Tabel 3.6	Tabel Analisis Deskriptif Dimensi Persepsi Kualitas	50
Tabel 3.7	Tanggapan Responden Terkait Variabel Persepsi Harga	51
Tabel 3.8	Tabel Analisis Deskriptif Dimensi Persepsi Harga.....	53
Tabel 3.9	Tanggapan Responden Terkait Variabel Minat Beli.....	54
Tabel 3.10	Tabel Analisis Deskriptif Dimensi Minat Beli.....	56
Tabel 3.11	Tabel Statistik Deskriptif Persepsi Kualitas	57
Tabel 3.12	Tabel Statistik Deskriptif Persepsi Harga	58
Tabel 3.13	Tabel Statistik Deskriptif Minat Beli	59
Tabel 3.14	Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas (X1).....	60
Tabel 3.15	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X2)	61
Tabel 3.16	Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	61
Tabel 3.17	Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 3.18	Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 3.19	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 3.20	Uji Linearitas Variabel Persepsi Kualitas dengan Minat Beli.....	65
Tabel 3.21	Uji Linearitas Variabel Persepsi Harga dengan Minat Beli	66
Tabel 3.22	Uji Korelasi Rank Spearman.....	67
Tabel 3.23	Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Variabel Persepsi Kualitas dengan Variabel Minat Beli.....	68

Tabel 3.24 Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Variabel Persepsi Harga dengan Variabel Minat Beli.....	69
Tabel 3.25 Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Variabel Persepsi Kualitas dengan Variabel Persepsi Harga.....	70
Tabel 3.26 Hasil Uji t.....	72
Tabel 3.27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Pengkategorian Variabel Persepsi Kualitas.....	50
Gambar 3.2 Pengkategorian Variabel Persepsi Harga	53
Gambar 3.3 Pengkategorian Variabel Minat Beli	55
Gambar 3.4 Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2. Uji Validitas Persepsi Kualitas.....	91
Lampiran 3. Uji Validitas Persepsi Harga	91
Lampiran 4. Uji Validitas Minat Beli	92
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	93
Lampiran 7. Uji Linearitas	94
Lampiran 8. Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	94
Lampiran 9. Uji t.....	96
Lampiran 10. Analisis Koefisien Determinasi.....	96
Lampiran 11. Tabulasi Data Persepsi Kualitas	97
Lampiran 12. Tabulasi Data Persepsi Harga.....	98
Lampiran 13. Tabulasi Data Minat Beli.....	99

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengguna kendaraan bermotor di Indonesia sudah mencapai angka lebih dari 150 juta unit pada periode 9 Februari 2023. Angka tersebut terbagi menjadi unit kendaraan pribadi (sepeda motor dan mobil pribadi) dan kendaraan berupa angkutan barang dan orang. Sebanyak 147 juta unit merupakan kendaraan pribadi yang terdiri dari 127 juta unit sepeda motor dan 19 juta unit mobil pribadi. Kendaraan berupa angkutan barang dan orang sebanyak 5,7 juta unit mobil besar, 213 ribu unit bus, dan 85 ribu unit kendaraan khusus (Kurniawan & Kurniawan, 2023). Dapat dilihat bahwa pengguna unit kendaraan bermotor sudah sangat banyak di Indonesia dengan mayoritas pengguna kendaraan bermotor adalah sepeda motor.

Meskipun Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna sepeda motor terbesar ketiga di dunia, tetapi jumlah pengguna sepeda motor tidak tersebar secara merata. Pengguna sepeda motor di Indonesia masih berpusat di Pulau Jawa terutama Jawa Tengah dengan populasi sepeda motor terbanyak di Indonesia yaitu 17 juta, kedua DKI Jakarta 16 juta, ketiga Jawa Barat 15 juta, dan keempat Jawa Timur 14 juta unit (Nurhuda, 2022). Untuk di wilayah Bandung, berdasarkan data Dinas Perhubungan jumlah kendaraan mencapai 2,2 juta unit dengan jumlah masyarakat Bandung sebanyak 2,4 juta jiwa. Pengguna kendaraan didominasi oleh kendaraan roda dua sebanyak 1,7 juta unit dan 500 ribu unit kendaraan roda empat (Syahril, 2023).

Sepeda motor dengan bahan bakar fosil memiliki banyak dampak negatif, sehingga perusahaan otomotif di Indonesia mulai memproduksi kendaraan jenis *Electric Vehicle* (EV). Sepeda motor listrik (molis) adalah jenis sepeda motor yang menggunakan energi listrik untuk menghasilkan gerakan mekanis. Berbeda dengan sepeda motor konvensional yang menggunakan bahan bakar fosil, sepeda motor

listrik lebih ramah lingkungan karena tidak menghasilkan emisi gas buang yang merusak atmosfer. Selain itu, sepeda motor listrik juga lebih efisien dalam penggunaan energi karena tidak ada proses pembakaran internal yang menyebabkan banyak energi terbuang sebagai panas. Keunggulan lainnya adalah sepeda motor listrik memiliki biaya operasional yang lebih rendah karena harga energi listrik cenderung lebih stabil dan murah dibandingkan dengan bahan bakar fosil. Dengan teknologi yang terus berkembang, sepeda motor listrik juga semakin mudah untuk diperbaiki dan dirawat, sehingga memiliki umur pemakaian yang lebih panjang. Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, sepeda motor listrik menjadi pilihan yang menarik sebagai solusi transportasi masa depan yang berkelanjutan dan efisien.

Penggunaan sepeda motor listrik di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir (Pristiandaru, 2023). Pengguna sepeda motor listrik di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 15 kali lipat pada tahun 2020 sampai tahun 2022 (Pristiandaru, 2023). Pertumbuhan ini didorong oleh upaya pemerintah dalam mengurangi polusi udara dan ketergantungan pada bahan bakar fosil. Penduduk di Indonesia harus beralih ke sepeda motor listrik karena memberikan kontribusi positif terhadap kesehatan lingkungan dengan mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencemaran udara yang menjadi masalah serius di beberapa kota besar. Dengan pendekatan yang tepat dalam promosi dan regulasi yang mendukung, penggunaan sepeda motor listrik di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Pada tahun 2023, pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk memberikan subsidi bagi pembelian sepeda motor listrik sebagai bagian dari upaya untuk mengurangi polusi udara dan mendukung penggunaan energi bersih. Kebijakan itu disahkan melalui Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) nomor 6 tahun 2023 tentang Pedoman Pemberian Bantuan Pemerintah untuk Pembelian Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai Roda Dua (Diahwahyuningtyas & Hardiyanto, 2023). Peraturan tersebut direvisi kembali

dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perindustrian nomor 21 tahun 2023 (Diahwahyuningtyas & Hardiyanto, 2023).

Kebijakan pemberian subsidi sepeda motor listrik ini dikeluarkan sebagai respon terhadap masalah lingkungan dan kesehatan yang disebabkan oleh emisi gas buang kendaraan bermotor konvensional. Manfaat dari kebijakan subsidi ini adalah meningkatkan adopsi sepeda motor listrik di masyarakat, yang pada gilirannya akan mengurangi emisi karbon dan pencemaran udara. Subsidi ini pada awalnya ditujukan untuk masyarakat dengan kriteria tertentu, seperti pendapatan rendah atau kelompok yang rentan secara ekonomi (Setiawan & Maulana, 2023). Subsidi yang telah dikeluarkan oleh pemerintah tidak dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berpindah dari sepeda motor konvensional ke sepeda motor listrik. Pemerintah mengganti aturan kebijakan subsidi dari yang semula dituju untuk masyarakat berpendapatan rendah menjadi semua masyarakat umum dengan syarat memiliki satu Kartu Tanda Penduduk (KTP) (Setiawan & Maulana, 2023). Sepeda motor listrik yang memenuhi syarat untuk subsidi adalah yang memenuhi standar emisi dan spesifikasi yang ditetapkan oleh pemerintah. Proses penyaluran subsidi dilakukan melalui program yang transparan dan teratur untuk memastikan bahwa subsidi diberikan kepada orang-orang yang memenuhi syarat sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Pemberian subsidi pemerintah terhadap motor listrik dapat memainkan peran penting dalam merubah persepsi masyarakat, karena subsidi tersebut dapat menurunkan harga dan meningkatkan daya tarik ekonomis, sehingga menciptakan dorongan positif terhadap adopsi produk tersebut.

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses seseorang untuk mengetahui suatu hal yang berasal dari pancaindra (Putri, 2023). Dalam konteks sepeda motor listrik, persepsi masyarakat terhadap produk tersebut sangat penting karena dapat memengaruhi penerimaan dan keberlanjutan penggunaan. Ketika masyarakat memiliki persepsi positif terhadap sepeda motor listrik, mereka cenderung lebih terbuka untuk mengadopsinya. Persepsi positif ini dapat mencakup pandangan mengenai efisiensi energi, dampak lingkungan, dan inovasi teknologi. Sebaliknya, persepsi negatif, seperti kekhawatiran terhadap

jangkauan atau performa sepeda motor listrik, dapat menjadi hambatan untuk adopsi. Dengan demikian, hubungan antara persepsi masyarakat terhadap sepeda motor listrik sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi atau menghindari produk tersebut.

Dalam pertimbangan pembelian suatu produk tepatnya produk sepeda motor listrik, terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan, salah satunya adalah persepsi terhadap kualitas (Devi, 2019). Persepsi terhadap kualitas mencakup penilaian konsumen terhadap kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya seperti daya tahan, desain, performa, fitur teknologi, dan kehandalan (Thabroni, 2022). Persepsi kualitas menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih produk yang dianggap berkualitas. Sebagai contoh, jika masyarakat menganggap sepeda motor listrik memiliki kualitas yang baik, dengan daya tahan baterai yang optimal dan teknologi terkini, maka kemungkinan besar adopsi sepeda motor listrik akan meningkat. Oleh karena itu, hubungan yang erat antara persepsi kualitas dan keputusan adopsi sepeda motor listrik menunjukkan betapa pentingnya persepsi terhadap kualitas dalam memengaruhi penerimaan produk tersebut di pasaran.

Selain persepsi terhadap kualitas, faktor lain yang menjadi pertimbangan untuk membeli suatu produk adalah persepsi terhadap harga. Persepsi terhadap harga sepeda motor listrik merujuk pada pandangan atau penilaian masyarakat terhadap nilai finansial dari produk tersebut sesuai dengan manfaat yang diterima (Riadi, 2023). Persepsi terhadap harga sepeda motor listrik menjadi penting karena dapat memengaruhi daya tarik ekonomis produk sepeda motor listrik di mata konsumen. Jika masyarakat menganggap harga sepeda motor listrik cukup bersaing dan memadai, mereka lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi tersebut. Oleh karena itu, hubungan yang erat antara persepsi terhadap harga dan tingkat adopsi sepeda motor listrik menegaskan bahwa selain faktor kualitas, faktor harga juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jenis kendaraan yang akan digunakan.

Persepsi terhadap harga dan kualitas yang positif dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Minat beli merujuk pada tingkat keinginan dan niat seseorang atau masyarakat untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Dalam konteks sepeda motor listrik, minat beli dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap penggunaan energi dan lingkungan. Minat beli yang meningkat terhadap sepeda motor listrik dapat mempercepat adopsi teknologi ramah lingkungan dan mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil. Hal ini tidak hanya berdampak positif pada lingkungan dengan mengurangi emisi gas rumah kaca, tetapi juga dapat mendorong inovasi dan investasi dalam industri kendaraan listrik. Oleh karena itu, minat beli masyarakat terhadap sepeda motor listrik memiliki peran penting dalam mendorong transisi ke mobilitas berkelanjutan dan berdampak positif pada ekosistem global.

Adopsi teknologi baru di sebuah masyarakat membutuhkan peran aktor-aktor pembawa perubahan, khususnya mahasiswa. Karena itu persepsi mahasiswa relevan dan penting untuk penelitian mengenai penggunaan sepeda motor listrik karena mahasiswa adalah *agent of change* di dalam masyarakat untuk melakukan suatu perubahan ke arah yang lebih baik (Zulaika, 2023). Untuk melakukan suatu perubahan, dalam hal pengadopsian teknologi baru, dibutuhkan dorongan awal dari orang-orang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, khususnya mahasiswa. Mahasiswa adalah model dan inspirasi untuk ditiru dalam hal ini karena mahasiswa senang mencoba hal baru dan inovatif. Mahasiswa merupakan agen penggerak untuk membawa suatu perubahan, dan persepsi positif di kalangan mahasiswa dapat membawa perubahan ke lingkup yang lebih besar.

Minat beli yang kuat pada suatu ide atau produk dapat menjadi pendorong mahasiswa sebagai agen perubahan yang proaktif dalam menciptakan transformasi positif di lingkungan sekitarnya. Dalam penelitian ini, subjek penelitian yang akan diteliti tertuju kepada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan (Unpar). Unpar adalah universitas swasta yang terletak di kota Bandung dan berdiri pada 17 Januari 1955. Unpar merupakan kampus swasta tertua di Indonesia. Kampus utama terletak di Jalan Ciumbuleuit dan kampus lainnya di Jalan Merdeka, Jalan Aceh, dan Jalan

Nias. Kampus pertama Universitas Katolik Parahyangan terletak di Jalan Merdeka dan pendirinya adalah uskup Bandung bernama Mgr.P.M.Arntz, OSC dengan uskup Bogor bernama Mgr.Prof.Dr.N.J.C.Geise, OFM. Unpar memiliki delapan fakultas hingga saat ini, yaitu: pertama Fakultas Ekonomi, kedua Fakultas Hukum, ketiga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), keempat Fakultas Teknik, kelima Fakultas Filsafat, keenam Fakultas Teknologi Industri, ketujuh adalah Fakultas Teknologi Informasi dan Sains, dan kedelapan adalah Fakultas Kedokteran. Unpar memiliki lebih dari 10 ribu mahasiswa aktif berdasarkan tahun ajaran 2023/2024 dan telah memiliki lulusan lebih dari 70 ribu orang (Unpar, n.d.).

Berdasarkan masalah di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis hubungan persepsi kualitas dan persepsi harga terhadap minat beli produk sepeda motor listrik pada mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengetahui tantangan proses transisi dari produk sepeda motor konvensional menjadi sepeda motor listrik.

1.2. Identifikasi Permasalahan

1. Bagaimana hubungan persepsi mahasiswa Unpar atas kualitas produk sepeda motor listrik terhadap minat beli produk tersebut?
2. Bagaimana hubungan persepsi mahasiswa Unpar atas harga produk sepeda motor listrik terhadap minat beli produk tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui hubungan persepsi mahasiswa Unpar atas kualitas produk sepeda motor listrik terhadap minat beli produk tersebut.
2. Mengetahui hubungan persepsi mahasiswa Unpar atas harga produk sepeda motor listrik terhadap minat beli produk tersebut.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi peneliti sendiri

Peneliti mendapat pemahaman yang lebih mendalam tentang sepeda motor listrik dan memperluas wawasan tentang sepeda motor listrik. Penelitian membantu peneliti mengasah keterampilan metodologis, analisis data, dan interpretasi hasil yang dapat meningkatkan kemampuan penelitian. Peneliti berharap hasil penelitian dapat memberikan kontribusi pada pemecahan masalah dan kemajuan produk sepeda motor listrik.

b. Bagi mahasiswa Unpar

Mahasiswa dapat memperluas pemahaman tentang sepeda motor listrik, yang menjadi aspek penting dalam perkembangan teknologi ramah lingkungan. Mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bidang sepeda motor listrik, penelitian ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat. Mahasiswa dapat menggunakan informasi dari penelitian ini untuk mempertimbangkan penggunaan sepeda motor listrik.

c. Bagi Unpar

Unpar mendapatkan gambaran atas persepsi dan minat beli mahasiswanya terhadap produk sepeda motor listrik. Data ini berguna untuk Unpar dapat mempertimbangkan untuk membangun fasilitas pendukung penggunaan sepeda motor listrik di kampus Unpar. Dengan itu, penulis berharap dapat membantu Unpar dalam memberikan kontribusi terhadap pemecahan masalah dan memberikan solusi untuk tantangan dan masalah lingkungan hidup yang merupakan masalah global.

d. Bagi pembuat kebijakan

Penelitian ini, yang mengambil kasus di kampus Unpar, dapat menjadi basis data bagi pembuat kebijakan publik yang kewenangannya terkait dengan

pengembangan inovasi di lingkungan pendidikan tinggi. Mengingat mahasiswa adalah *agent of change*, sangat tepat apabila berbagai fasilitas pendukung inovasi tersebut dimulai dari kampus.

1.5. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah produk sepeda motor listrik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan persepsi kualitas dan persepsi harga terhadap minat beli produk sepeda motor listrik. Sepeda motor listrik memiliki dua komponen penting, yaitu: motor dan baterai (Annasya, 2023).