

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan dan persaingan dalam bisnis kendaraan bermotor terus berkembang dengan sangat pesat, hal ini didorong oleh inovasi teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Untuk tetap relevan dan kompetitif, perusahaan di industri kendaraan bermotor ini harus terus berinovasi, beradaptasi dengan regulasi baru, dan memahami kebutuhan pasar. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, seperti tuntutan lingkungan dan persaingan global, industri kendaraan bermotor memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan.

Dilansir dari siaran pers Kemenperin Republik Indonesia, industri kendaraan bermotor merupakan salah satu sektor andalan yang memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian nasional (Kemenperin, 2021). Industri kendaraan bermotor juga berkontribusi signifikan terhadap perekonomian internasional. Investasi dalam penelitian dan pengembangan, serta pembangunan fasilitas produksi, mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi teknologi. Sejak penemuan kendaraan bermotor pertama, perkembangan teknologi, inovasi produk, dan perubahan tren konsumen telah mendorong evolusi signifikan dalam industri ini. Saat ini, dengan kemajuan teknologi yang pesat dan meningkatnya kesadaran

akan isu lingkungan, industri kendaraan bermotor menghadapi era baru yang penuh dengan tantangan dan peluang.

**Tabel 1. 1** Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Tahun 2020-2022		
	2020	2021	2022
Sepeda Motor	115.023.039	120.050.112	125.305.332
Mobil Penumpang	15.797.746	16.414.098	17.168.862
Bus	233.545	237.607	243.450
Truk	5.083.405	5.299.881	5.544.173
Jumlah	136.137.735	142.001.698	148.261.817

Sumber: Badan Pusat Statistik ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa sepeda motor mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia berjumlah 115.023.039 unit, kemudian pada tahun 2021 sebanyak 120.050.112 unit, dan pada tahun 2022 mencapai 125.305.332 unit. Berdasarkan tabel diatas, akibat dari meningkatnya jumlah pengguna sepeda motor, cadangan energi fosil semakin menipis, sehingga harga bahan bakar bensin naik dan mengalami kelangkaan.

Peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang menggunakan bahan bakar fosil merupakan penyumbang utama polusi udara yang disebabkan oleh emisi gas buang yang dihasilkan oleh sepeda motor (Ferlia et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan peralihan ke sumber energi yang lebih ramah

lingkungan, seperti penggunaan kendaraan listrik, energi surya, biomassa, penyimpanan karbon (*Carbon Capture Storage*), dan pembangunan ramah lingkungan (*Green Building*) yang didukung oleh teknologi canggih (Zubaydah et al., 2024). Motor listrik muncul sebagai solusi inovatif karena tidak memerlukan minyak bumi untuk pengisian daya. Selain itu motor listrik juga lebih ramah lingkungan, hemat biaya, dan perawatan lebih terjangkau.

Kemajuan teknologi terus memainkan peran krusial dalam mengarahkan perkembangan industri kendaraan bermotor. Pengembangan mesin yang lebih efisien, teknologi hibrida, dan kendaraan listrik telah menjadi fokus utama banyak produsen. Inovasi seperti kendaraan otonom dan konektivitas kendaraan juga sedang dikembangkan untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan berkendara. Peralihan kendaraan bermotor dari mesin pembakaran internal ke tenaga listrik merupakan salah satu perubahan terbesar dalam industri kendaraan bermotor. Banyak perusahaan-perusahaan besar produsen kendaraan yang berinvestasi besar-besaran dalam penelitian dan pengembangan kendaraan listrik. Peningkatan infrastruktur pengisian daya dan insentif pemerintah juga mendorong pertumbuhan pasar kendaraan listrik.

Berbagai upaya telah diimplementasikan guna mengurangi penggunaan bahan bakar fosil dalam sektor transportasi darat. Pada tahun 2019, Presiden mengeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 55 tahun 2019 mengenai percepatan program kendaraan bermotor listrik berbasis

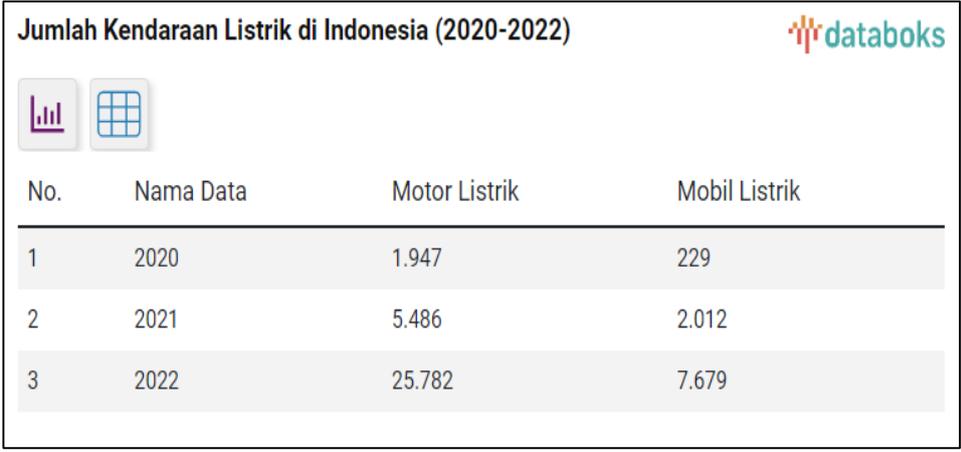
baterai (*Battery Electric Vehicle*) untuk transportasi darat. Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menunjukkan bahwa pemerintah telah menetapkan program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) dengan target estimasi sebesar 1,76 juta unit sepeda motor listrik. Target produksi ini akan terus ditingkatkan hingga mencapai 2,45 juta unit sepeda motor listrik pada tahun 2030 mendatang. Kebijakan tersebut merupakan langkah strategis untuk mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil dan mengurangi emisi gas rumah kaca yang berkontribusi terhadap perubahan iklim. Pemerintah juga telah menyediakan berbagai insentif untuk mendorong produksi dan adopsi kendaraan listrik, termasuk pembebasan pajak, subsidi, serta pengembangan infrastruktur pengisian daya yang lebih luas. Selain itu, program ini diharapkan dapat mendorong perkembangan industri otomotif nasional, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan kapasitas teknologi domestik. Dengan demikian, diharapkan adopsi kendaraan listrik oleh masyarakat akan meningkat secara signifikan, membawa Indonesia menuju era transportasi yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Dikutip dari CNN Indonesia, penjualan sepeda motor listrik di Indonesia hingga pertengahan November 2021 mencapai 12.464 unit. Sedangkan, berdasarkan data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), pada bulan Januari 2022 tercatat penjualan motor bensin sebanyak 443.890 unit. Data ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap motor listrik masih relatif rendah dibandingkan dengan motor bensin.

Meskipun demikian, saat ini banyak produsen motor listrik yang menawarkan berbagai pilihan harga dan fitur untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang berkontribusi pada peningkatan perkembangan industri sepeda motor listrik.

Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 55 tahun 2019 juga telah mendorong tren penjualan motor listrik di Indonesia yang meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berikut merupakan data jumlah kendaraan listrik di Indonesia tahun 2020-2022 :

**Gambar 1. 1** Data Jumlah Kendaraan Listrik di Indonesia (2020-2022)



No.	Nama Data	Motor Listrik	Mobil Listrik
1	2020	1.947	229
2	2021	5.486	2.012
3	2022	25.782	7.679

Sumber: Databoks ([www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id))

Berdasarkan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2020-2022 jumlah kendaraan listrik di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, dari tahun 2020 sebanyak 1.947 unit motor listrik dan 229 unit mobil listrik, naik menjadi 25.782 unit motor listrik dan 7.679 unit mobil listrik pada tahun 2022.

**Tabel 1. 2** Data Perkembangan Motor Listrik di Kota Madiun, Kabupaten Madiun, Kabupaten Magetan dan Kabupaten Ngawi

No	Kendaraan Listrik	2020	2021	2022	2023	2024
1	Kota Madiun	165	352	1.132	2.661	3.511
2	Kabupaten Madiun	-	75	345	830	1.305
3	Kabupaten Magetan	-	130	325	765	1.125
4	Kabupaten Ngawi	-	142	287	694	1.050

Sumber: Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2, jumlah motor listrik di Kota Madiun, Kabupaten Madiun, Kabupaten Magetan, Kabupaten Ngawi menunjukkan peningkatan yang signifikan. Tren ini mencerminkan pertumbuhan minat masyarakat terhadap kendaraan ramah lingkungan di wilayah tersebut. Di antara empat daerah tersebut, Kota Madiun mencatat perkembangan motor listrik tertinggi dengan total 3.511 unit, jauh melampaui Kabupaten Madiun dengan 1.305 unit, Kabupaten Magetan dengan 1.125 unit, dan Kabupaten Ngawi dengan 1.050 unit. Hal ini mengindikasikan Kota Madiun sebagai pusat utama adopsi kendaraan listrik, yang kemungkinan didukung oleh infrastruktur, kebijakan pemerintah, serta kesadaran masyarakat yang lebih baik dibandingkan daerah lain. Tingginya perkembangan motor listrik di Kota Madiun menjadi alasan utama bagi peneliti untuk melakukan penelitian di wilayah tersebut, guna mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang mendorong percepatan adopsi kendaraan listrik dan potensi pengembangannya di masa depan.

Sementara itu, berdasarkan survei awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara kepada karyawan dealer motor listrik di seluruh Kota Madiun menghasilkan data sebagai berikut:

**Tabel 1. 3** Data Penjualan Seluruh Dealer Motor Listrik di Kota Madiun

No	Store Motor Listrik	2020	2021	2022	2023	2024
1	Uwinfly Store Madiun (Jln. Bogowonto)	-	-	-	320	264
2	Uwinfly Store Madiun (Jln. Slamet Riyadi)	-	-	-	5	30
3	Maju Hardware Madiun	-	-	-	99	83
4	Imago Madiun	-	-	-	50	40
5	Showroom Motor Listrik Polytron	-	-	-	34	28
6	EV Mart.Id	-	-	339	312	73
7	Elon E-bike	-	-	-	106	46
8	Yadea Indomobil Madiun	-	-	-	39	29
9	Sentra E-bike	-	-	-	5	9
10	Gesits Madiun	79	97	95	86	23
11	Mitra Sejati Electric Bike Madiun	86	90	194	125	29
12	Viar SR Madiun Motor	-	-	105	156	49
13	Goda Sepeda & Motor Listrik Madiun	-	-	15	82	68
14	Dwi Jaya Bike Madiun	-	-	-	7	40
15	Agung Jaya E-Bike	-	-	32	103	39
<b>Jumlah</b>		<b>165</b>	<b>187</b>	<b>780</b>	<b>1529</b>	<b>850</b>
		<b>Unit</b>	<b>Unit</b>	<b>Unit</b>	<b>Unit</b>	<b>Unit</b>

Sumber: Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, jumlah penjualan produk motor listrik di seluruh dealer motor listrik di Kota Madiun menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan total penjualan 165 unit pada tahun 2020, lalu meningkat menjadi 187 unit pada tahun 2021, 780 unit pada tahun 2022,

kemudian 1529 unit pada tahun 2023 dan 850 unit per bulan April 2024. Peningkatan ini mencerminkan pemulihan yang kuat dalam penjualan setelah pandemi COVID-19. Mengingat kondisi yang berangsur membaik, dapat diprediksi bahwa penjualan akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang. Selain itu, adanya faktor lain juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas produk, harga, *electronic word of mouth* dan gaya hidup dapat berdampak besar terhadap keputusan pembelian produk motor listrik.

Keputusan pembelian adalah tindakan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, yang diyakini akan memberikan kepuasan serta kesediaan untuk menanggung risiko yang mungkin timbul dari keputusan tersebut (Ge et al., 2007). Menurut Tjiptono (2008), keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengidentifikasi kebutuhan mereka, mengumpulkan informasi, mengevaluasi alternatif, dan memutuskan apakah akan membeli suatu produk atau tidak. Perilaku dalam mengambil keputusan pembelian tidak seragam untuk semua jenis produk. Dalam proses keputusan pembelian memerlukan suatu upaya dari perusahaan agar produknya dapat sampai ke tangan konsumen, paling tidak perusahaan tersebut berusaha untuk mengubah perilaku konsumen dari rasa ingin tahu mengenai produk yang ditawarkan perusahaan menjadi rasa tertarik, bahkan dari rasa tertarik tersebut meningkat sampai pada adanya keinginan untuk memiliki produk sehingga konsumen tersebut akan mengambil keputusan pembelian

terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Andriyani dan Zulkarnaen, 2017).

Menurut Amilia (2017), kualitas suatu produk merupakan faktor utama dalam strategi positioning bagi pemasar. Kinerja suatu produk atau jasa sangat dipengaruhi oleh kualitasnya, sehingga kualitas dapat diidentifikasi melalui nilai dan kepuasan konsumen. Bagi perusahaan, produk memiliki peran vital karena perusahaan tidak dapat beroperasi tanpa produk. Oleh karena itu, pengembangan produk sebaiknya disesuaikan dengan minat pasar, selera, atau kebutuhan konsumen. Kotler dan Armstrong (2008), menyatakan bahwa mutu produk adalah identitas yang didasarkan pada kemampuannya memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang diungkapkan maupun yang tersirat. Siemens menambahkan bahwa kualitas berarti pelanggan kembali membeli produk, sementara produk tersebut tidak kembali untuk komplain (Kotler dan Armstrong, 2008). Anggraeni dan Soliha (2020) menjelaskan bahwa kualitas barang penting bagi pelanggan, dan apabila produk atau layanan penjual memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan, maka penjual tersebut telah menyediakan produk berkualitas. Dalam kerangka ISO 9000, kualitas produk didefinisikan sebagai "ciri dan karakter menyeluruh dari suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan tertentu". Hal ini berarti kita harus dapat mengidentifikasi ciri dan karakter produk yang berhubungan dengan mutu dan menetapkan tolok ukur serta cara pengendaliannya (Utomo, 2023). Kualitas produk pada motor listrik

mencakup berbagai aspek seperti daya tahan, kinerja, fitur teknologi, keamanan, dan kecepatan. Berikut gambar yang menunjukkan spesifikasi motor listrik:

**Gambar 1. 2** Spesifikasi Motor Listrik Merek Uwinfly



Sumber: [www.google.com](http://www.google.com) (2024)

Berdasarkan Gambar 1.2 diatas menunjukkan bahwa kualitas produk motor listrik Uwinfly T3 Pro dapat dilihat dari berbagai aspek sesuai dengan spesifikasinya. Pertama, motor listrik Uwinfly T3 Pro menggunakan Motor Power dengan daya 1200 Watt, yang memberikan kinerja andal dan responsif, serta kecepatan maksimal 60 km/jam, cocok untuk penggunaan sehari-hari di perkotaan. Kemudian, baterai *lithium-ion* berkapasitas 72V/20Ah (1.5 kWh) untuk memastikan jarak tempuh hingga 60-70 km per

pengisian penuh. Selain itu, saat ini banyak motor listrik modern yang dilengkapi dengan fitur-fitur canggih seperti konektivitas *smartphone*, navigasi GPS, dan sistem kontrol stabilitas yang lebih baik dibandingkan dengan motor konvensional.

Motor listrik umumnya memiliki lebih sedikit komponen bergerak dibandingkan dengan motor konvensional. Hal tersebut dapat mengurangi kemungkinan kerusakan mekanis dan kebutuhan perawatan rutin, karena motor listrik tidak memerlukan penggantian oli, filter udara, ataupun penyetelan karburator. Umumnya biaya operasional motor listrik lebih rendah dibandingkan motor konvensional. Pengisian daya listrik cenderung lebih murah dibandingkan dengan pembelian bahan bakar motor (BBM). Sebagai contoh, pada motor konvensional untuk menempuh jarak 60 km membutuhkan bahan bakar sebanyak 1 liter bensin, yang diasumsikan seharga Rp 10.000 untuk bensin jenis Pertalite. Sedangkan, pada motor listrik untuk menempuh jarak 60 km umumnya membutuhkan sebanyak 1,5 kWh untuk sekali pengisian daya, yang diasumsikan tarif listrik sebesar Rp 1.450 per kWh, maka biaya pengisian daya pada baterai motor listrik sebesar  $1,5 \text{ kWh} \times \text{Rp } 1.450/\text{kWh} = \text{Rp } 2.175$ . Selain itu, terdapat beberapa perusahaan motor listrik yang memberikan jaminan *after sales*, contohnya seperti yang dilansir pada [YADEA.id](http://YADEA.id), Indomobil Yadea memberikan garansi komponen hingga 3 tahun kepada konsumen yang melakukan pembelian motor listrik. Dengan demikian kualitas produk yang baik akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen, karena keinginan dan harapan

konsumen terpenuhi. Konsumen yang merasa puas akan secara sukarela memberikan ulasan positif tentang produk yang mereka beli.

Selain kualitas produk, harga juga memiliki peran yang krusial dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang atau jasa. Kotler dan Keller (2007) menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk barang atau jasa, atau nilai uang yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa tersebut. Sementara itu, menurut (Nasution et al., 2020), harga yang dipandang oleh konsumen atau pembeli adalah biaya yang mereka keluarkan untuk memperoleh sesuatu. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukar untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2012). Secara sederhana, harga dapat diartikan sebagai nilai akhir di mana suatu barang atau jasa ditukar dengan uang atau biaya, sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli. Menurut Tjiptono (2015), harga juga dapat diartikan sebagai keseluruhan pengorbanan yang bersedia dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk tertentu. Pemerintah sendiri telah menyediakan berbagai insentif untuk mendorong produksi dan adopsi motor listrik, diantaranya yaitu pembebasan pajak motor listrik dan subsidi harga motor listrik sebesar Rp 7.000.000 per unit. Berikut adalah daftar harga motor listrik subsidi dari harga terendah tahun 2024:

**Tabel 1. 4** Daftar Harga Motor Listrik Subsidi dari Harga Terendah

No	Nama Data	Harga
1	Exotic Sterrato	5.590.000
2	Exotic Vito	5.790.000
3	GN Smart	5.990.000
4	Exotic Mizone	6.190.000
5	T3 Smart	6.390.000
6	Viar NX	7.320.000
7	BW Smart	7.790.000
8	Exotic Sprinter	7.990.000
9	Exotic Sprinter Pro-Max	7.990.000
10	N9 Pro Smart	8.390.000

Sumber: Databoks ([www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id))

Tabel 1.3. diatas merupakan data daftar harga motor listrik subsidi dari harga terendah tahun 2024, harga tersebut merupakan harga 10 motor listrik subsidi terendah di awal tahun 2024, yaitu diantaranya, Exotic Sterrato: Rp5,59 juta, Exotic Vito: Rp5,79 juta, GN Smart: Rp5,99 juta, Exotic Mizone: Rp6,19 juta, T3 Smart: Rp6,39 juta, Viar NX: Rp7,32 juta, BW Smart: Rp7,79 juta, Exotic Sprinter: Rp7,99 juta, Exotic Sprinter Pro-Max: Rp7,99 juta dan N9 Pro Smart: Rp8,39 juta.

Selain Kualitas Produk dan Harga, *Electronic Word Of Mouth* (e-WoM) juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. *Electronic Word Of Mouth* (e-WoM) adalah pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh konsumen potensial, konsumen aktual, atau mantan konsumen mengenai suatu produk atau perusahaan melalui internet (Yulianton et al., 2017). Keberadaan e-WoM sangat terkait dengan pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan.

Jika konsumen merasa puas dengan pengalaman konsumsi mereka, mereka cenderung secara sukarela memberikan pernyataan atau ulasan tentang produk atau jasa tersebut. Informasi atau pesan dalam e-WoM dapat menjadi referensi bagi konsumen lain dalam mengevaluasi suatu produk atau merek. Melalui pesan e-WoM, konsumen dapat memperoleh informasi mengenai kualitas suatu produk atau jasa. Selain itu, pesan yang terkandung dalam e-WoM secara efektif dapat mengurangi risiko dan ketidakpastian yang dihadapi konsumen saat membeli suatu produk atau jasa.

Berikut gambar yang menunjukkan *review* dari konsumen yang telah menggunakan produk motor listrik:

**Gambar 1. 3** Review Motor Listrik di Media Sosial



**Review motor listrik, desainnya vintage estetik!**

Hi Lemoners 🍋

Motor listrik ini sudah kami gunakan kurang lebih 2 bulan. Harga beli di Kalimantan 12jt, sedikit lebih mahal dari harga di tanah Jawa.

tipe : GODA 220 Golden Raptor

Kelebihannya

- ✅ Desain cakep
- ✅ Tidak perlu dipanaskan
- ✅ Tidak perlu ganti oli
- ✅ Lebih hemat dibandingkan pakai motor biasa

Kekurangannya

- ✅ Charger harus dicabut saat 6 jam
- ✅ tidak untuk pemakaian jarak jauh, maksimal 50km
- ✅ belum ada surat kendaraan

dan gasnya berbeda dari gas motor biasa, jika belum terbiasa maka akan sedikit kesulitan, jadi benar-benar harus dipelajari terlebih dulu

sekitan review dan ruang.andesma, semoga bermanfaat 🍋🍋

Sumber: [www.lemon8-app.com](http://www.lemon8-app.com) (2023)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa ulasan dari konsumen tersebut memberikan deskripsi tentang pengalaman menggunakan motor listrik dalam penggunaan sehari-hari, yang mencakup berbagai aspek seperti kelebihan, efisiensi, keandalan, fitur teknologi dan kekurangan pada produk motor listrik, yang diunggah melalui platform Lemon8. Selain pada platform Lemon8, *electronic word of mouth* juga banyak dijumpai di platform lain seperti Instagram, Facebook, Twitter, atau bahkan pada berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.

Disamping itu, gaya hidup juga dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian pada suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup individu yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini mereka. Astuti dan Hasbi (2020) mendefinisikan gaya hidup sebagai cara hidup yang ditentukan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (minat), dan bagaimana perasaan mereka tentang diri sendiri dan dunia di sekitar mereka (opini). Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenaikannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya (Lugones Botell et al., 1997). Selain itu, gaya hidup mencerminkan kelas sosial seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian, sehingga harga tidak lagi menjadi pertimbangan utama. Apa yang diinginkan oleh konsumen harus dimilikinya agar dapat diterima dalam lingkungannya (Kotler dan Keller,

2016). Gaya hidup modern telah menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian motor listrik. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional dari kendaraan, tetapi juga bagaimana kendaraan tersebut mencerminkan nilai-nilai pribadi mereka, seperti keberlanjutan, teknologi, dan status sosial. Selain itu, konsumen dengan gaya hidup yang memperhatikan ekonomi dan penghematan biaya akan lebih memilih motor listrik dibandingkan dengan motor konvensional. Biaya operasional motor listrik yang lebih rendah, termasuk biaya pengisian daya yang lebih murah daripada bahan bakar fosil dan biaya perawatan yang lebih rendah, membuat motor listrik menjadi pilihan yang unggul secara finansial. Motor listrik juga jauh lebih efisien bagi masyarakat yang membutuhkan kendaraan untuk keperluan jarak dekat, misalnya ibu rumah tangga yang membutuhkan kendaraan untuk mengantar jemput anak sekolah ataupun belanja kebutuhan di pasar. Pilihan untuk beralih ke motor listrik sering kali juga didorong oleh dorongan untuk hidup lebih ramah lingkungan, efisiensi biaya, serta ketertarikan pada inovasi teknologi.

Berangkat dari fenomena penelitian ini mengenai variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Produk Motor Listrik di Kota Madiun, dapat diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Prakosa dan Tjahjaningsih (2021), yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di Kota Semarang. Sedangkan, pada penelitian Fayakun (2018) menunjukkan bahwa variabel harga (*price*) berpengaruh negatif dan

signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepatu Converse pada mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Berangkat dari fenomena penelitian ini mengenai variabel harga terhadap keputusan pembelian pada Produk Motor Listrik di Kota Madiun, dapat diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Gunarsih dan Tamengkel (2021) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Sebaliknya, pada penelitian Yazia (2014) menunjukkan bahwa variabel harga (*price*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang).

Berangkat dari fenomena penelitian ini mengenai variabel *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Produk Motor Listrik di Kota Madiun, dapat diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Yulindasari dan Fikriyah (2022), yang menunjukkan bahwa e-WoM berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, pada penelitian Rohman dan Pramesti (2022) menunjukkan bahwa e-WoM berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berangkat dari fenomena penelitian ini mengenai variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Produk Motor Listrik di Kota Madiun, dapat diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Patrikha (2021), yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara

parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan pada penelitian Rohman dan Pramesti (2022) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Dari berbagai hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, menunjukkan bahwa topik mengenai kualitas produk, harga, *electronic word of mouth* (e-WoM), gaya hidup dan keputusan pembelian merupakan isu yang menarik untuk diteliti. Meskipun penelitian terdahulu belum menemukan hasil yang konsisten, ketertarikan terhadap isu-isu tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOTOR LISTRIK DI KOTA MADIUN”**

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini memiliki batasan masalah dengan tujuan untuk memfokuskan topik penelitian. Batasan tersebut mencakup beberapa aspek sebagai berikut:

1. Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini meliputi Kualitas Produk (X1), Harga (X2), *Electronic Word of Mouth* (X3), Gaya Hidup (X4) dan Keputusan Pembelian (Y).
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen produk motor listrik di Kota Madiun.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dapat dirumuskan menjadi beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik di Kota Madiun ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik di Kota Madiun ?
3. Apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik di Kota Madiun ?
4. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik di Kota Madiun ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Produk Motor Listrik di Kota Madiun. Penelitian ini berusaha untuk memahami bagaimana variabel-variabel seperti kualitas produk, harga, *electronic word of mouth* dan gaya hidup mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih kendaraan listrik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan adopsi kendaraan listrik di pasar. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperkaya literatur akademik dalam

bidang pemasaran dan perilaku konsumen terkait dengan produk ramah lingkungan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi berbagai pihak yang terkait. Berikut ini merupakan beberapa kontribusi yang dapat diberikan:

##### **1. Bagi Akademis**

Dapat memperluas ilmu pengetahuan dan dapat memberikan informasi terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga, *electronic word of mouth* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dalam bidang pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa atau terkait.

##### **2. Bagi Peneliti**

Penelitian ini berguna sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama berada di bangku kuliah dan dari berbagai literatur lainnya. Dengan penelitian ini, peneliti dapat membandingkan teori yang dipelajari dengan realitas yang terjadi di lapangan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Melalui proses ini, peneliti dapat

menguji validitas teori, memahami dinamika pasar, dan mengidentifikasi elemen-elemen penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks pembelian.

### 3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan tambahan bagi konsumen dalam mempertimbangkan faktor-faktor penting sebelum melakukan pembelian produk. Dengan adanya informasi yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas dan terinformasi. Dengan demikian, diharapkan konsumen dapat merasa lebih puas dengan keputusan pembelian mereka, karena telah melakukan analisis yang lebih mendalam dan terukur sebelum memutuskan untuk membeli produk motor listrik.

### 4. Bagi Produsen

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga memungkinkan membantu produsen dalam merancang produk yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen.