

## ABSTRAK

Pemanasan global merupakan salah satu ancaman dunia yang saat ini masih menjadi perbincangan. Salah satu penyebab terjadinya pemanasan global adalah polusi udara yang dihasilkan oleh gas karbon monoksida dari kendaraan bermotor. Oleh karena itu para produsen kendaraan bermotor dituntut untuk membuat inovasi pada produk mereka. Salah satu inovasi yang diciptakan oleh para produsen otomotif adalah mobil dengan tenaga listrik. Hyundai adalah salah satu dari sekian banyak produsen mobil listrik di dunia. Produk terbarunya adalah Hyundai Ioniq Elektrik, yang juga di jual di Indonesia. Penelitian ini membahas tentang bagaimana atribut mobil listrik Hyundai Ioniq mempengaruhi penilaian kualitas dan niat pembelian, khususnya di Jakarta.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengukuran dan analisis pengaruh atribut produk terhadap penilaian kualitas dan niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq di Jakarta. Penelitian ini mengadopsi *theory of planned behavior* dimana informasi dasar yang didapatkan dari atribut produk akan menentukan tindakan terhadap penilaian kualitas dan niat pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dimana informasi didapatkan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modelling* dengan bantuan *software smartPLS*.

Hasil menunjukkan bahwa label, efek kesehatan, dan merek berpengaruh terhadap penilaian kualitas Hyundai Ioniq. Label, efek kesehatan, dan penilaian kualitas berpengaruh terhadap niat pembelian Hyundai Ioniq. Penilaian Kualitas memberikan mediasi secara parsial antara label, merek, dan peraturan pemerintah terhadap niat pembelian.

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat membantu pemegang merek Hyundai di Indonesia untuk mengembangkan produk mereka menjadi lebih baik lagi sehingga dapat menjangkau lebih banyak lagi konsumen di Jakarta. Pada penelitian didapatkan hasil bahwa konsumen memperhatikan spesifikasi dari mobil ketika ingin membeli sebuah mobil. Sehingga untuk itu, disarankan Hyundai sebagai perusahaan yang menjual Ioniq, disarankan memberikan informasi yang lengkap terkait dengan spesifikasi dan fitur unggulan yang ada pada mobil tersebut. Selain itu, dapat dilihat juga pada Efek Kesehatan, dimana Hyundai disarankan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait dengan keunggulan yang dimiliki mobil listrik, terutama dalam hal ramah lingkungan dan keamanan produk ketika melalui kondisi ekstrim seperti hujan deras dan banjir. Sehingga konsumen akan lebih yakin untuk memilih Hyundai Ioniq.

Kata kunci : mobil listrik, atribut produk, penilaian kualitas, niat pembelian, *green product*.