

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Objek Penelitian**

Hyundai pada awalnya didirikan pada tahun 1947 oleh Chung Ju Yung. Dua decade kemudian yaitu pada tahun 1967, Hyundai Motor Company didirikan sebagai salah satu anak perusahaan dari Hyundai Engineering & Construction Company. Saat masa awal operasi perusahaan ini merakit mobil dan truk untuk Ford di pabrik mereka. Pada tahun 1975, Hyundai memproduksi mobil milik mereka sendiri dengan nama Hyundai Cortina yang merupakan produk hasil kerjasama dengan Ford Motor Company. Hyundai menjadi pabrikan mobil terbesar ke-13 di dunia pada saat perusahaan ini berada di tahun kedua operasinya. (Levine, 2015).

Untuk memproduksi mobil pertama dengan merek Hyundai, perusahaan ini mempekerjakan lima insinyur terbaik dari Inggris untuk melakukan desain mobil pertama mereka, yang kemudian diberi nama Hyundai Pony. Hyundai Pony menjadi mobil dengan penjualan nomor 1 di Korea Selatan tidak lama setelah mobil ini dipasarkan karena dimensinya yang kecil dan harga yang terjangkau. Sukses menjadi mobil dengan penjualan nomor 1 di negara asalnya, Hyundai Pony masuk ke pasar internasional, yaitu pasar Kanada. Memasuki 9 bulan pemasaran di pasar Kanada, mobil ini pun sukses menjadi mobil terlaris di pasar tersebut. Pada tahun 1985, Hyundai telah memproduksi lebih dari 1 juta unit mobil. (Laxmi Intercontinental, tanpa tahun).

Pada tahun 1986, Hyundai memasuki pasar Amerika Serikat dengan produk baru mereka, yaitu Hyundai Excel. Excel menjadi mobil dengan penjualan terbaik di negara tersebut karena kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Lebih dari 160.000 unit Hyundai Excel terjual dan lebih dari 260.000 unit pada tahun berikutnya. Saat ini Hyundai telah menetapkan perusahaan mereka sebagai sebuah perusahaan yang memiliki daya saing yang tinggi dalam dunia industri otomotif. Produk selanjutnya yang mereka luncurkan adalah sedan berukuran medium yang diberi nama Hyundai Sonata pada tahun 1988. Model mobil tersebut tidak menarik pembeli di pasar

Amerika Serikat tetapi saat itu Hyundai telah memproduksi empat juta unit mobil per tahunnya. (SuccessStory, 2019).

Hyundai kembali menyusun ulang struktur perusahaan mereka untuk menjadikan perusahaan sebagai perusahaan berkelas dunia. Hal tersebut dilakukan Hyundai dengan cara melakukan investasi dalam hal kualitas, desain, penelitian, dan proses manufaktur kendaraan mereka. Hasilnya, Hyundai berhasil memproduksi mobil pertama mereka dengan mesin dan transmisi milik sendiri. Untuk semua mobil yang dijual di Amerika Serikat, Hyundai memberikan garansi 10 tahun atau jarak tempuh 10.000 mil. Selama bertahun – tahun Hyundai memperoleh penghargaan atas ketahanan dan efisiensi bahan bakar produk mereka. (Companies History, tanpa tahun).

Australia, New Zealand, Mesir, dan Japan menjadi target pasar Hyundai selanjutnya pada tahun 1995 dengan spesifikasi mobil khusus untuk negara tersebut dan menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Untuk memperluas pasar, Hyundai mendirikan pabrik perakitan mobil di tahun 2000 yang tersebar di beberapa negara, yaitu India, China, Pakistan, Turki, dan Republik Ceko. Pendapatan penjualan Hyundai pada tahun 2004 mencapai 56 miliar dolar Amerika dengan produk yang terjual sebanyak 2.500.000 unit. Pada tahun 2011, Hyundai berhasil menjual 4,04 juta unit mobil yang menjadikan Hyundai sebagai produsen mobil terbesar keempat di dunia setelah General Motors, Volkswagen, dan Toyota. (SuccessStory, 2019).

Hyundai Ioniq merupakan mobil listrik buatan Hyundai yang dirilis secara global pada tahun 2016. Hyundai Ioniq tersedia dalam tiga varian yaitu *standard hybrid*, *plug-in hybrid*, dan *all-electric*. Varian yang pertama adalah *standard hybrid*, yang artinya mobil ini memiliki dua sumber tenaga, yaitu dari mesin bensin dan motor listrik. Kemudian *plug-in hybrid* memiliki konfigurasi yang sama dengan varian *standard hybrid*, tetapi dapat diisi dayanya melalui lubang pengisian daya yang tersedia di mobil. Kemudian varian ketiganya adalah varian *all-electric* dimana varian ini dayanya diperoleh dari mesin listrik saja, tidak ada mesin konvensional seperti varian lainnya. (Sayles, 2020).



**Gambar 1.1 Hyundai Ioniq Elektrik**

Ioniq memiliki spesifikasi baterai dengan tipe Lithium-Ion Polymer dengan kapasitas 38.3 kWh yang mampu menghasilkan tenaga 136 daya kuda dan torsi 295 Nm. Dalam sekali pengisian daya Ioniq bisa menempuh jarak 373 kilometer. (Hyundai Indonesia, 2021). Baterai mobil ini dapat mengisi daya dari 0 mencapai 80 persen hanya memerlukan waktu 54 menit saja apabila menggunakan fasilitas stasiun pengisian cepat dengan daya 100 kW. (Alfons, 2020). Sementara jika menggunakan stasiun pengisian daya 50 kW, waktu yang diperlukan adalah 57 menit. Hyundai Ioniq bisa diisi dayanya menggunakan daya rumah standar AC (240 Volt) dengan waktu pengisian dari 0 ke 80 persen dalam waktu 6 jam 5 menit. (Azshari, 2020).

## **1.2 Latar Belakang**

*Global warming* merupakan salah satu ancaman dunia yang masih menjadi perbincangan hingga saat ini. Berbagai sektor seperti pangan, hewan, dan perekonomian juga turut terpengaruh. Selama 10 tahun terakhir telah terjadi perubahan lingkungan dan perubahan iklim di dunia sebagai akibat dari pemanasan global. Kenaikan suhu secara dapat berakibat pada terjadinya bencana alam di berbagai belahan dunia. (Sari, 2019).

Berdasarkan *Living Planet Report 2020*, dampak pemanasan global terhadap populasi hewan di dunia juga menunjukkan angka yang mengkhawatirkan. Jumlah populasi dari mamalia, burung, ikan, hewan amfibi, dan reptil mengalami penurunan

yang signifikan. Data menunjukkan bahwa jumlah populasi hewan – hewan tersebut turun sebanyak 68% dari tahun 1970. (WWF, 2020).

Perubahan iklim yang terjadi menyebabkan gunung es di kutub utara mencair, sehingga permukaan air laut terus naik. Hal ini menyebabkan daratan di pinggir pantai mulai tenggelam dan garis pantai mulai terkikis. Aktivitas manusia yang mengakibatkan efek rumah kaca secara berlebihan membuat jumlah emisi karbon dioksida menjadi naik. Hal tersebut adalah salah satu penyebab pemanasan global. Selain panas matahari, tetapi gas lain seperti penggunaan batu bara, minyak, dan gas lain menyebabkan panas yang ditangkap gas atmosfer terlalu banyak. (Joseph, 2019)

Salah satu penyumbang terbesar gas pembuangan yang menyebabkan pemanasan global adalah kendaraan bermotor. Sembilan puluh persen transportasi yang ada di dunia, baik transportasi darat, laut, maupun udara menggunakan petroleum sebagai bahan bakarnya. Karbon monoksida, metana dan nitro dioksida adalah polutan yang dihasilkan oleh kendaraan bermotor ketika kendaraan tersebut melakukan proses pembakaran. Gas tersebut kemudian dilepas ke atmosfer bumi. Kualitas udara, tanah, dan air lambat laun akan terpengaruh karena adanya gas yang dihasilkan oleh kendaraan bermotor tersebut. (Joseph, 2019).

Sektor transportasi di benua Eropa menyumbang hampir 30 persen dari total emisi karbon dioksida di seluruh Eropa. 72 persen diantaranya berasal dari transportasi darat. Usaha untuk menurunkan kadar karbon dioksida telah dilakukan sejak tahun 1990, tetapi karena semakin banyak orang yang beraktivitas, justru emisi karbon dioksida dari sektor transportasi meningkat. Salah satu cara untuk menekan emisi yang ada di benua tersebut adalah membatasi tingkat emisi kendaraan baru yang akan digunakan menjadi 0,4 gram karbon dioksida setiap kilometer lebih banyak dibandingkan tahun sebelum 2017. (European Parliament, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh para peneliti dari *Global Center for Clean Research (GCARE)* Universitas Surrey, Inggris menganalisa studi paparan polusi dan tingkat konsentrasi pada sektor transportasi di benua Asia. Para peneliti menemukan bukti bahwa pejalan kaki yang berjalan di sisi jalan yang sibuk di kota – kota Asia,

terpapar partikel halus lebih banyak dibandingkan dengan pejalan kaki yang berada di benua Eropa atau Amerika. Tingginya polusi udara di Asia membuat pengemudi kendaraan di benua ini memiliki resiko terpapar polusi sembilan kali lipat lebih banyak dibandingkan dengan pengemudi kendaraan di benua Eropa dan Amerika. (Asian Scientist, 2018).

Pada tahun 2019, Jakarta menjadi salah satu kota dengan tingkat polusi paling tinggi di dunia. Berdasarkan data yang ditampilkan oleh AirVisual, Air Quality Index Jakarta berada di level 195. Data angka tersebut mengindikasikan bahwa kualitas udara di Jakarta tidak sehat. enam jenis polutan yaitu PM 2.5, PM 10, karbon monoksida, asam belerang, nitrogen dioksida, dan ozon permukaan tanah menjadi dasar perhitungan indeks kualitas udara (*Air Quality Index*). Level AQI 195 berada di rentang 151 sampai 200, yang menurut AirVisual berarti tidak sehat. (CNBC Indonesia, 2019).

Jakarta menduduki peringkat ketiga sebagai kota dengan polusi tertinggi, setelah Bangkok dan *Mexico City*. Sumber utama udara yang kotor berasal dari kendaraan bermotor sebanyak 70%, sektor industri 25%, dan aktivitas masyarakat sebanyak 5%. Minimnya ruang terbuka hijau dan hutan kota juga menjadi penyebab udara di Jakarta menjadi tidak sehat. (Sinintya, 2019).

Melihat kualitas udara yang semakin memburuk, pemanasan global yang terus terjadi, perubahan iklim di dunia, menjadi permasalahan serius yang harus diperhatikan oleh seluruh masyarakat di dunia. Perbaikan yang harus dilakukan, memerlukan peran semua masyarakat di dunia sehingga alam dapat kembali menjadi stabil. Hal ini tidak dapat dilakukan secara cepat atau singkat, diperlukan proses yang panjang. Kendaraan bermotor sebagai penyumbang polusi terbesar di dunia, membuat para produsen kendaraan bermotor harus berpikir untuk mencari alternatif bahan penggerak kendaraan mereka sehingga tidak menimbulkan kerusakan lingkungan jangka panjang. (Energy.gov, tanpa tahun).

Mobil dengan daya listrik adalah salah satu inovasi dari pabrikan kendaraan di dunia yang dijadikan sebagai alternatif bahan bakar fosil. Mobil listrik tidak

memerlukan bahan bakar fosil. Hal tersebut berarti bahwa mobil jenis ini tidak ada proses pembakaran yang menimbulkan gas buang. (Vaughan, 2020).

Pertumbuhan penjualan mobil listrik di dunia terus meingkat selama 10 tahun terakhir. Pada tahun 2010, terdapat 17.000 unit mobil listrik yang beredar di seluruh dunia. Angka tersebut meningkat secara signifikan menjadi 7,2 juta unit mobil listrik yang beredar di seluruh dunia pada tahun 2019. Pertumbuhan mobil listrik juga berpengaruh terhadap pembangunan stasiun pengisian daya mobil listrik di dunia. Pada tahun 2019 terdapat 7,3 juta unit pengisi daya mobil listrik, dimana 6,5 juta merupakan pengisian daya milik pribadi yang terdapat di rumah dan perkantoran. (International Energy Agency, 2020)

Meningkatnya tren mobil listrik dan pembangunan infrastruktur yang terus dilakukan, menjadikan sebuah peluang bagi pelaku di industri otomotif terutama produsen mobil. Hyundai sebagai salah satu produsen mobil terbesar di dunia dan memiliki sejarah yang panjang, ikut serta memanfaatkan peluang yang ada. (Hadi, 2019).

Hyundai masuk ke Indonesia pada tahun 1995 melalui Agen Pemegang Merek (APM) PT. Citra Mobil Nasional. Produk pertama yang mereka luncurkan di tanah air adalah Hyundai Elantra dan sekaligus menjadi mobil Korea Selatan di Indonesia. Hyundai Elantra diproduksi secara local, dirakit di dalam negeri di pabrik Hyundai yang berlokasi di Bekasi Barat. Setelah satu tahun beroperasi di Indonesia, Hyundai mendirikan PT. Hyundai Mobil Indonesia dan PT. Hyundai Indonesia Motor sebagai perusahaan yang bertugas melakukan perakitan kendaraan. (Hadi, 2019).

Pada awal 2020, PT. Hyundai Mobil Indonesia meluncurkan Hyundai Ioniq. Hyundai Ioniq merupakan mobil listrik buatan Hyundai dan bisa dibeli masyarakat umum. Hyundai Ioniq varian *all-electric* adalah satu satunya varian yang masuk ke Indonesia saat ini. Mobil ini masuk ke Indonesia melalui PT. Hyundai Mobil Indonesia sebagai perusahaan yang memegang merek Hyundai di Indonesia. (Alfons, 2020).

Hyundai Ioniq dijual di Indonesia dengan harga 569 juta dalam keadaan *off the road*, yang artinya Ioniq adalah mobil listrik dengan harga paling terjangkau di

Indonesia untuk saat ini. Versi Ioniq yang hadir di Indonesia adalah generasi kedua yang merupakan versi penyempurna pendahulunya. Hyundai Ioniq juga bekerjasama dengan Grab sebagai salah satu strategi promosinya. Kerjasama kedua perusahaan ini menandakan keseriusan Hyundai dalam pengembangan mobil listrik di Indonesia. (Alfons, 2020).

Kedatangan Hyundai Ioniq di Indonesia pada awal tahun 2020 digunakan untuk memperkenalkan produk ini kepada masyarakat. Namun, baru pada bulan November 2020 mobil ini secara resmi diluncurkan dan dapat dibeli oleh konsumen. Harga Hyundai Ioniq mengalami peningkatan dan mendapatkan tambahan varian yang dapat dipilih. (Kurniawan, 2020). Peningkatan harga ini juga memberikan fitur tambahan dan jarak tempuh yang lebih panjang. Dua varian Hyundai Ioniq yang ditawarkan adalah Prime dan Signature dengan masing – masing harganya adalah Rp. 637,000,000 dan Rp. 677,000,000. (Hyundai Indonesia, 2021).

Penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2020 mayoritas masih dikuasai oleh merek – merek kendaraan yang berasal dari Jepang. Berikut adalah tabel penjualan mobil di Indonesia berdasarkan data dari Gaikindo Tahun 2020.

**Tabel 1.1 Penjualan Mobil Berdasarkan Merek di Tahun 2020**

No.	Merek	Jumlah Penjualan (unit)
1.	Toyota	161.256
2.	Daihatsu	90.724
3.	Honda	73.315
4.	Suzuki	66.130
5.	Mitsubishi Motors	57.906
6.	Mitsubishi Fuso	21.359
7.	Isuzu	16.422
8.	Hino	12.621
9.	Nissan	10.849
10.	Wuling	6.581

Sumber : Data Wholesales 2020 Gaikindo (diolah).

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih produk mobil yang berasal dari pabrikan Jepang. Terlihat dari data penjualan dimana 9 dari 10 dikuasai oleh merek mobil yang berasal dari negara tersebut.

Meskipun Hyundai tidak berada di peringkat 10 besar pada jumlah penjualan kendaraan di Indonesia, tidak membuat Hyundai berhenti melakukan pemasaran produknya di Indonesia. Perusahaan ini justru melakukan investasi sebesar 21,8 triliun rupiah di Indonesia dengan membangun pabrik di kawasan industri Deltamas, Bekasi, Jawa Barat. Peluang Hyundai untuk bersaing di Indonesia semakin besar usai Chevrolet, salah satu pemain di industri otomotif Indonesia berhenti melakukan produksi kendaraannya. (Thomas, 2019).

Keputusan investasi yang dilakukan Hyundai didorong oleh beberapa faktor, diantaranya adalah Indonesia membuka kesempatan bagi investor asing untuk melakukan investasi di dalam negeri. Hal ini dilakukan untuk mendorong ekonomi dalam negeri. Selain itu, dengan adanya perjanjian *Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA)*, membuat Hyundai menikmati bea masuk impor nol persen. Kesempatan Hyundai diperbesar lagi karena merek Jepang belum melakukan pengembangan mobil listrik di Indonesia, sehingga investasi Hyundai diarahkan untuk pengembangan mobil listrik. (Thomas, 2019).

Hyundai Ioniq sebagai salah satu mobil listrik memberikan keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan mobil bermesin konvensional. Akan tetapi tidak sedikit pula yang mengatakan masih menyimpan rasa kekhawatiran akan penggunaan mobil listrik terkait dengan biaya perawatannya, biaya pengisian daya, kurangnya infrastruktur, dan masalah – masalah lainnya (Pratama, 2018).

Meskipun masyarakat Indonesia memiliki rasa kekhawatiran terhadap penggunaan mobil listrik, minat pembelian mobil listrik masyarakat di Indonesia memiliki angka yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan negara lain di Asia



Tenggara. Berikut adalah tabel persentase niat pembelian mobil listrik di Asia Tenggara.

**Table 1.2 Tabel Minat Pembelian Mobil Listrik di Asia Tenggara**

Negara	Persentase
Filipina	46%
Thailand	44%
Indonesia	41%
Malaysia	37%
Vietnam	33%
Singapura	23%
Rata – rata minat pembelian	37%

Data tersebut diambil dari 1800 orang yang memiliki niat untuk membeli mobil baru. Data menunjukkan rata – rata minat pembelian mobil listrik masyarakat di Asia Tenggara adalah 37%, sedangkan Indonesia memiliki angka 41%. Data tersebut menunjukkan bahwa minat pembelian masyarakat Indonesia dapat dikatakan tinggi karena berada diatas rata – rata. (Frost dan Sullivan, 2018).

Pembangunan infrastruktur kendaraan listrik di Indonesia sedang dilakukan dan terus dikembangkan. Pemerintah memiliki target jumlah kendaraan listrik di Indonesia mencapai 20% pada tahun 2025. Kapasitas pembangkit nasional saat ini adalah 65,8 Gigawatt (GW) yang ditopang oleh jaringan transmisi sepanjang 53.891,9 kilometer sirkuit. PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) diamanatkan sebagai perusahaan yang bertugas menyiapkan infrastruktur pengisian listrik untuk kendaraan berbasis baterai. (Julian, 2019).

Peraturan terkait dengan Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai telah ditetapkan oleh pemerintah. Peraturan tersebut adalah Peraturan Presiden No. 55 Tahun 2019. Nantinya, masyarakat yang memiliki mobil listrik akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti keringanan pajak, bebas ganjil genap,

potongan biaya ketika menggunakan jalan tol, hingga mendapatkan parkir khusus di beberapa fasilitas publik yang ada di Indonesia. (Nufikha, 2020).

Limbah baterai yang dihasilkan oleh mobil listrik juga perlu diperhatikan, karena umur baterai mobil listrik adalah 8 sampai 10 tahun. Setelah periode tersebut, baterai harus diganti dengan yang baru. (Pratama, 2018). Kandungan baterai diantaranya adalah mangan, merkuri, nikel, timbal, lithium, dan cadmium. Kandungan tersebut masuk kedalam golongan logam berat dan berbahaya bagi lingkungan jika tidak dibuang dengan benar. Logam yang telah menjadi limbah akan menyebabkan pencemaran terhadap air dan tanah yang nantinya akan berdampak buruk bagi kesehatan manusia. Saat ini pengolahan limbah baterai di Indonesia masih belum terbangun dengan baik, sehingga diperlukan pengembangan lebih lanjut agar limbah baterai tidak membahayakan lingkungan. (SyifaRachman, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, Didapatkan fenomena dan informasi yang berkaitan dengan atribut mobil listrik khususnya di Jakarta. Fenomena tersebut adalah seperti spesifikasi dari mobil Hyundai Ioniq, peraturan terkait dengan pengembangan mobil listrik di Indonesia, penjualan merek Hyundai di Indonesia, dan efek yang ditimbulkan dari penggunaan mobil listrik. Menurut Prentice, Jue Chen, dan Xuequn Wang (2019), ketika konsumen akan melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan memberikan penilaian kualitas terhadap produk tersebut. Jika produk tersebut dinilai positif, maka akan berpengaruh positif terhadap niat pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh fenomena yang berkaitan dengan atribut produk mobil listrik mempengaruhi niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq di Indonesia, khususnya di D.K.I Jakarta, dimana di provinsi tersebut merupakan salah satu kota yang sudah memiliki infrastruktur mobil listrik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh *Catherine Prentice, Jue Chen, dan Xuequn Wang (2019)*, untuk mengetahui pengaruh atribut produk dapat digunakan indikator – indikator seperti *labelling, brand, health effect, government regulation, dan certification*. Indikator tersebut dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap niat pembelian dengan variabel *quality assessment* sebagai variabel

mediator. Berdasarkan gejala dan fenomena diatas, maka judul penelitian ini adalah **“PERANAN PENILAIAN KUALITAS SEBAGAI MEDIATING ANTARA ATRIBUT PRODUK DENGAN NIAT PEMBELIAN MOBIL LISTRIK HYUNDAI IONIQ DI JAKARTA”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh *Catherine Prentice, Jue Chen, dan Xuequn Wang*. Penelitian tersebut memiliki judul *The Influence of Product and Personal Attributes on Organic Food Marketing*. Penelitian tersebut mengadaptasi *Theory of Planned Behaviour Model* dan menguji pengaruh atribut kualitas makanan dan atribut pribadi konsumen terhadap kualitas makanan organik. Serta untuk mengetahui niat pembelian konsumen terhadap makanan organik dengan fokus pada pasar Tiongkok.

Pada penelitian tersebut, terdapat beberapa item yang dicantumkan dalam atribut makanan organik. Dalam melakukan penilaian terhadap atribut makanan organik, penilaian didasarkan pada dua hal yaitu *observation traits* meliputi rasa, bau, dan penampilan, serta *reflection traits* meliputi *labelling, government regulations, brand, health effect, dan certification*.

Dua gaya pembelian konsumen dipilih dalam penelitian tersebut yaitu *self-indulgence* dan *variety seeking*. Kedua item tersebut masuk ke dalam variabel *personal attributes*. Variabel ini digunakan sebagai variabel moderasi antara *reflection traits* dan *purchase intention* serta *repurchase intention*. Kemudian terdapat variabel yang menjadi variabel dependen yaitu *purchase intention* dan *repurchase intention*.

Pada penelitian ini, dimana objek penelitiannya adalah mobil listrik Hyundai Ioniq, variabel yang digunakan mengikuti penelitian yang menjadi acuan tetapi dengan beberapa peyesuaian pada variabelnya. Variabel atribut kualitas makanan diganti dengan atribut kualitas mobil listrik sesuai dengan objek penelitian yang dilakukan.

Seperti yang disebutkan dalam penelitian yang menjadi jurnal acuan, *observation traits* tidak cukup untuk membedakan antara makanan non-organik dengan

makanan organik. Konsumen lebih memperhatikan *reflection traits* yang menjadi indikasi keamanan dan kesehatan dari sebuah makanan. Sama halnya dengan mobil listrik, *reflection traits* juga memiliki peranan yang penting bagi konsumen untuk mengetahui kualitas dan keamanan dari mobil listrik.

Dua variabel *self-indulgence* dan *variety seeking* tidak digunakan dalam penelitian ini karena pada penelitian ini hanya fokus melakukan analisis mediasi saja, dan tidak melakukan analisis moderasi.

Variabel *purchase intention* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur atau mengetahui bagaimana niat pembelian konsumen terhadap mobil listrik Hyundai Ioniq, mengingat bahwa mobil listrik adalah sebuah produk yang baru masuk ke Indonesia dan belum memiliki popularitas seperti mobil konvensional.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut. Pertanyaan dibawah ini dapat dijadikan sebagai panduan atau acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1. Apakah variabel label memiliki pengaruh terhadap Penilaian Kualitas?
2. Apakah variabel peraturan pemerintah memiliki pengaruh terhadap Penilaian Kualitas?
3. Apakah variabel merek memiliki pengaruh terhadap Penilaian Kualitas?
4. Apakah variabel efek kesehatan memiliki pengaruh terhadap Penilaian Kualitas?
5. Apakah variabel sertifikasi memiliki pengaruh terhadap Penilaian Kualitas?
6. Apakah variabel label memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq?
7. Apakah variabel peraturan pemerintah memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq?
8. Apakah variabel merek memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq?
9. Apakah variabel efek kesehatan memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq?

10. Apakah variabel sertifikasi memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq?
11. Apakah Penilaian Kualitas memiliki pengaruh terhadap Niat Pembelian?
12. Apakah variabel label memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas?
13. Apakah variabel peraturan pemerintah memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas?
14. Apakah variabel merek memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas?
15. Apakah variabel efek kesehatan memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas?
16. Apakah variabel sertifikasi memiliki pengaruh terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas?
17. Bagaimana persepektif konsumen terhadap label, peraturan pemerintah, merek, efek kesehatan, sertifikasi, penilaian kualitas, dan niat pembelian yang berkaitan mobil listrik Hyundai Ioniq?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh variabel label terhadap Penilaian Kualitas.
2. Mengetahui pengaruh peraturan pemerintah terhadap Penilaian Kualitas.
3. Mengetahui pengaruh variabel merek terhadap Penilaian Kualitas.
4. Mengetahui pengaruh efek kesehatan terhadap Penilaian Kualitas.
5. Mengetahui pengaruh variabel sertifikasi terhadap Penilaian Kualitas.
6. Mengetahui pengaruh variabel label terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq.
7. Mengetahui pengaruh variabel peraturan pemerintah terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq.

8. Mengetahui pengaruh variabel merek terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq.
9. Mengetahui pengaruh variabel efek kesehatan terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq.
10. Mengetahui pengaruh variabel sertifikasi terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq.
11. Mengetahui pengaruh Penilaian Kualitas terhadap Niat Pembelian.
12. Mengetahui pengaruh variabel label terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas.
13. Mengetahui pengaruh variabel peraturan pemerintah terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas.
14. Mengetahui pengaruh variabel merek terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas.
15. Mengetahui pengaruh variabel efek kesehatan terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas.
16. Mengetahui pengaruh variabel sertifikasi terhadap niat pembelian mobil listrik Hyundai Ioniq melalui Penilaian Kualitas.
17. Mengetahui persepektif konsumen terhadap label, peraturan pemerintah, merek, efek kesehatan, sertifikasi, penilaian kualitas, dan niat pembelian yang berkaitan dengan mobil listrik Hyundai Ioniq.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh penilaian kualitas terhadap minat pembelian suatu produk. Lebih spesifiknya penelitian yang dilakukan dalam bidang perkembangan dunia otomotif terutama kendaraan listrik. Penelitian mengenai perkembangan mobil di Indonesia memang sudah sangat beragam, tetapi riset

mengenai perkembangan mobil listrik khususnya di Indonesia masih sedikit meskipun mobil listrik telah masuk Indonesia cukup lama.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Bagi pelaku industri otomotif, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pandangan masyarakat terhadap suatu produk kendaraan. Pengetahuan tersebut akan memberikan referensi terkait dengan pengembangan produk kendaraan para pelaku industri. Selain itu, dengan penelitian ini diharapkan para pelaku industri dapat mengembangkan produk secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Bagi perusahaan Hyundai, penelitian ini memberikan masukan terhadap kualitas produk Hyundai Ioniq yang mereka produksi, sehingga referensi tersebut dapat digunakan sebagai landasan untuk pengembangan produk dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat.

Bagi peneliti, hasil penelitian ini memberikan pengetahuan tentang hasil penilaian kualitas atribut produk mobil listrik khususnya Hyundai Ioniq, dan pengaruh dari penilaian kualitas tersebut terhadap minat beli Hyundai Ioniq oleh masyarakat Jakarta.

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini memberikan landasan untuk melakukan penelitian selanjutnya. Khususnya penelitian yang berkaitan dengan penilaian kualitas konsumen terhadap suatu produk yang nantinya akan berpengaruh kepada *purchase intention* dan *repurchase intention*.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang penjelasan secara umum yang menggambarkan isi penelitian. Isi dari bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik manfaat praktis maupun akademis, dan sistematika penulisan tugas akhir.

## 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi tentang teori dimulai dari teori umum sampai teori khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran yang diakhiri dengan hipotesis penelitian.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi uraian tentang Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

## 4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi dua bagian, yaitu bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

## 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.