

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah membawa banyak dampak pada seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk industri otomotif. Salah satu teknologi yang terus berkembang adalah mobil listrik. Mobil listrik sangat ramah lingkungan dan menghasilkan emisi yang jauh lebih sedikit dibandingkan mobil berbahan bakar fosil tradisional.

Penjualan mobil listrik di Indonesia, khususnya di Jakarta, menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Hal ini dapat dilihat dari penjualan grosir mobil listrik BEV (*Battery Electric Vehicle*) yang mencapai angka 1.329 unit pada bulan Agustus 2023 seperti yang dilaporkan oleh Gaikindo.

Di samping itu, tren positif penjualan EV pada paruh pertama 2023 ini tidak terlepas dari peran pemerintah yang mendukung sejumlah fasilitas. Mulai dari kebijakan untuk mendorong kendaraan listrik, subsidi, insentif pajak, hingga pembangunan infrastruktur SPKLU. Tren mobil listrik sedang naik naiknya seiring dengan transisi energi yang sedang diupayakan pemerintah. Pilihan merekanyapun kian beragam untuk menarik perhatian calon pembeli.

Mercedes Benz Indonesia resmi melansir Mercedes Benz EQS. Mobil listrik keenam "Mercy" di Tanah Air ini jadi pembuktian bahwa pabrikan serius hadir di segmen elektrik. Kendati demikian, sepanjang Januari-Desember 2023 penjualan mobil listrik Mercedes-Benz di Indonesia khususnya di Jakarta sebetulnya tak terlalu besar, hanya 5 persen dari total penjualan keseluruhan. Secara global, kuartal 1 2023 Mercedes-benz berhasil menjual 568.400 unit mobil di seluruh Indonesia.

Adapun di Jakarta, sepanjang Januari-Desember 2023 menjual 955 unit yang artinya penjualan mobil listrik kurang lebih 48 unit untuk semua tipe. Direktur Penjualan dan Pemasaran PT Inchcape Indomobil Distribution Indonesia, Kariyanto Hardjosoemarto, mengakui capaian penjualan mobil listrik di lima bulan pertama 2023 masih di bawah target. "Porsi penjualan mobil listrik kami 5 persen, masih di bawah ekspektasi, masih diperlukan usaha ekstra supaya penjualan bisa lebih ditingkatkan lagi."

Adapun untuk segmen mobil listrik, penjualan terbanyak diraih EQE sedan dan EQB SUV. "Kalau sekarang penjualan memang masih terbanyak itu EQE sedan dan EQB pada mencari yang 7-penumpang. Kalau sekarang lihat EQB di segmen perusahaan, ada car ownership program dan sebagainya itu mereka jabatan direksi,". Untuk diketahui saat ini Mercy sudah meluncurkan enam mobil listrik di Indonesia, di mulai EQS dan EQE sedan, kemudian EQA SUV dan EQB, menyusul EQS dan EQE SUV yang baru meluncur.

Mercedes Benz EQS merupakan sedan listrik mewah yang diluncurkan di Indonesia pada tahun 2022. Mobil ini menawarkan performa tinggi, teknologi canggih, dan desain yang elegan.

Meskipun tergolong sebagai mobil mewah, Mercedes Benz EQS memiliki harga yang cukup tinggi, yaitu mulai dari Rp 2,984 miliar. Di sisi lain, pasar mobil listrik di Indonesia masih tergolong baru dan sedang berkembang sehingga penjualan mobil listrik Mercedes Benz EQS masih jauh sesuai harapan bahkan tidak masuk jajaran Top 10 Nasional.

Berdasarkan data yang dipublikasikan di situs Gaikindo Databoks, penjualan mobil listrik di Indonesia tercatat meningkat pada Agustus 2023. Berikut informasi penjualan mobil listrik di Indonesia tahun 2022-2023.



Sumber : Gaikindo

Gambar 1.1
Volume Penjualan Wholesale Mobil Listrik di Jakarta

Berdasarkan data Gaikindo, pada bulan Agustus 2023, penjualan grosir mobil listrik berbasis baterai atau BEV (*Battery Electric Vehicle*) di Jakarta mencapai angka 1.329 unit. Terjadi peningkatan sebesar 24% dari bulan Juli 2023, dan 30% dibanding Agustus tahun sebelumnya. Selama periode Januari-Agustus 2023, penjualan mobil listrik di Jakarta mencapai sekitar 8,2 ribu unit jika diakumulasikan. Angka tersebut lebih tinggi sekitar lima kali lipat dibanding periode Januari-Agustus 2022, yang hanya mencapai sekitar 1,6 ribu unit penjualan. Data ini menunjukkan adanya tren percepatan perkembangan mobil listrik di Indonesia pada tahun 2023 jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan, dan gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta.

Kualitas produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen, terutama dalam pembelian produk yang mahal seperti mobil listrik Mercedes-Benz EQS. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan seorang konsumen produk, penetapan harga, pendistribusian, dan promosi. Konsumen mempunyai harapan atas kualitas produk diciptakan oleh pemasar melalui iklan dan motivasi pemasaran lainnya. Seorang konsumen biasanya dalam melakukan pembelian mengharapkan produk yang dibeli tersebut dapat bermanfaat. Suatu produk dapat dikatakan bermanfaat bagi konsumen jika produk tersebut mempunyai kemampuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Hal ini juga didukung penelitian milik Sari & Rahayu (2019), Wulansari (2020), Anggraini (2019), Suyatno & Irsyadi (2022), Sukimin et al (2021), Widyasmoro & Sri (2020), dan Wahyuddin & Tri (2021) bahwa secara simultan maupun parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Persepsi harga juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian mobil listrik, karena meskipun mobil listrik dianggap sebagai

kendaraan ramah lingkungan, harganya cenderung lebih tinggi daripada mobil konvensional. Menurut Wiedyani dan Prabowo (2019) persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Berdasarkan hasil penelitian dari Sari & Rahayu (2019), Wulansari (2020), Anggraini (2019), Pratiwi & Siti (2022), Sukimin et al (2021), dan Widyasmoro & Sri (2020), bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Promosi penjualan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti program diskon atau penawaran khusus. Menurut Laksana (2019), promosi merupakan suatu komunikasi dari penjualan dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Sedangkan menurut Assauri (2018) promosi adalah usaha dari perusahaan untuk mempengaruhi dan merayu para calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur bauran pemasaran, sehingga keberhasilan atau keefektifannya sangat tergantung pada kebijakan pemasaran lainnya sebagai satu kesatuan. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Wulansari (2020), Anggraini (2019), Suyatno & Irsyadi (2022), Sukimin et al (2021), Widyasmoro & Sri (2020), dan Wahyuddin & Tri (2021) bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Gaya hidup juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena mobil listrik sering kali dianggap sebagai simbol status dan gaya hidup yang modern. Menurut Laksono dan Iskandar (2018) gaya hidup adalah sikap seseorang dalam menggambarkan suatu masalah sebenarnya yang ada didalam pikiran seseorang tersebut serta cenderung bergabung dengan berbagai hal terkait dengan masalah psikologis dan emosi atau bisa juga dilihat dari apa yang diminati dan pendapatnya tentang suatu objek. Sedangkan menurut Andrian et al (2022) Gaya hidup (Lifestyle) adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2021), dan Panggabean (2020) bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Namun, mengingat harga mobil listrik yang tinggi, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar produsen mobil listrik dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasarnya di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian mobil listrik sangat penting untuk dilakukan.

Berdasarkan dari teori, latar belakang di atas dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik Mercedes Benz EQS Di Daerah Khusus Jakarta”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan tabel performance operasional dari tahun 2022 sampai dengan 2023 di latar belakang masalah secara rata – rata memiliki tren penurunan selama periode pengamatan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi atas masalah tersebut dengan mengajukan beberapa beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk (*quality of product*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta?
2. Apakah persepsi harga (*perceived price*) terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta?
3. Apakah promosi penjualan (*sales promotion*) terhadap keputusan pembelian (*consumer decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta?
4. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini

adalah untuk:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk (*quality of product*) terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta.
- b. Untuk menganalisis persepsi harga (*perceived price*) terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan (*sales promotion*) terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah Jakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian (*decision making*) mobil listrik Mercedes Benz EQS di daerah khusus Jakarta.

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka penulis harapkan kegunaan penelitian sebagaiberikut:

- a. Bagi Penulis
 Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk menambah wawasan di bidang Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai persepsi kualitas pelayanan, persepsi nilai konsumen, serta hubungannya dengan minat beli ulang.
- b. Bagi Perusahaan Mercedes Benz
 Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan tingkat penjualannya melalui kualitas produk (*quality of product*), penentuan harga yang lebih memahami persepsi harga (*perceived price*) bagi konsumen, dan promosi – promosi (*promotion*) menarik yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dan gaya hidup (*lifestyle*) konsumen yang mempengaruhi pembelian.
- c. Bagi penelitian selanjutnya
 Sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian sejenis, terutama tentang gambaran yang lebih jelas tentang pengaruh kualitas produk (*quality*

of product), persepsi harga (*perceived price*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian (*decision making*).



