

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI SEPEDA MOTOR LISTRIK
DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI



Nama : Maulana Akbar
NIM : 43121010369

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI SEPEDA MOTOR LISTRIK
DI DKI JAKARTA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Maulana Akbar
NIM : 43121010369

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Maulana Akbar

NIM : 43121010369

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya cantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 21 Agustus 2025



NIM 43121010369

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : MAULANA AKBAR
NIM : 43121010369
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR LISTRIK DI DKI JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 August 2025

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

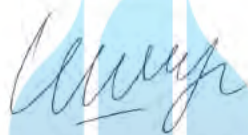
2025/Agustus 29/0000000432/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Maulana Akbar
NIM : 43121010369
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Listrik di DKI Jakarta
Tanggal Sidang : 21 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA-08255556



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Perkembangan kendaraan listrik, khususnya sepeda motor listrik, mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu lingkungan dan efisiensi energi. Namun, realisasi penjualan sepeda motor listrik di Indonesia, khususnya di wilayah DKI Jakarta, belum sepenuhnya memenuhi target pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, persepsi harga, kualitas produk, dan persepsi konsumen terhadap minat beli sepeda motor listrik di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 155 responden yang memiliki minat terhadap sepeda motor listrik. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dan data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independent promosi, persepsi harga, kualitas produk, dan persepsi konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor listrik. Temuan ini memberikan kontribusi bagi perusahaan dan pelaku industri dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan minat beli konsumen terhadap kendaraan listrik.

Kata Kunci: Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Persepsi Konsumen, Minat Beli, Sepeda Motor Listrik.



ABSTRACT

The development of electric vehicles, especially electric motorbikes, has increased along with increasing public awareness of environmental issues and energy efficiency. However, the realization of electric motorbike sales in Indonesia, especially in the DKI Jakarta area, has not fully met the government's target. This study aims to analyze the influence of promotion, price perception, product quality, and consumer perception on the interest in buying electric motorbikes in DKI Jakarta. This study uses a quantitative approach with a data collection method by distributing questionnaires to 155 respondents who are interested in electric motorbikes. The sampling technique was carried out using purposive sampling and the data was analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of SmartPLS 4 software. The results of the study show that the four independent variables promotion, price perception, product quality, and consumer perception have a positive and significant influence on the interest in buying electric motorbikes. These findings contribute to companies and industry players in designing more effective marketing strategies to increase consumer interest in buying electric vehicles.

Keywords: *Promotion, Price Perception, Product Quality, Consumer Perception, Purchase Interest, Electric Motorbikes.*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Sepeda Motor listrik di DKI Jakarta”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan serta kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan saran, serta waktu luang selama bimbingan.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, nasehat, maupun semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala rendah hati peneliti ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Eri Marlapa, SE, M.M selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Para Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya bersedia membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

6. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah bersedia membantu segala urusan administrasi.
7. Orangtua, keluarga, sahabat-sahabat yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 21 Agustus 2025

Maulana Akbar



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran	16
2. Pengertian Perilaku Konsumen	17
3. Minat Beli	18
4. Promosi	20
5. Persepsi Harga	22
6. Kualitas Produk	24
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Pengembangan Hipotesis	31
1. Hubungan Antar Variabel	32

2. Kerangka Konseptual	34
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
1. Definifi Variabel	35
2. Operasionalisasi Variabel	38
D. Skala Pengukuran Variabel	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian	41
1. Populasi Penelitian	41
2. Sampel Penelitian	41
F. Metode Pengumpulan Data	42
G. Metode Analisis data	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. Uji Instrumen	44
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	45
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Analisis Deskriptif	49
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
2. Deskripsi Responden	50
3. Deskripsi Variabel	51
B. Hasil Analisis Partial Least Square	56
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
1. Pengaruh Antara Promosi Terhadap Minat Beli	67
2. Pengaruh Antara Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	67
3. Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	68
4. Pengaruh Antara Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli	69
BAB V	71

SIMPULAN DAN SARAN	71
A. Simpulan	71
B. Saran	71
1. Untuk Perusahaan	71
2. Untuk Peneliti Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 3. 2 Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	51
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	51
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	52
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Konsumen	54
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	55
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity (sebelum modifikasi)	56
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Setelah modifikasi)	59
Tabel 4. 11 Pengujian Discriminant Validity	61
Tabel 4. 12 Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	62
Tabel 4. 13 Pengujian Fornell Lacker	62
Tabel 4. 14 Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	63
Tabel 4. 15 Pengujian R-Square	63
Tabel 4. 16 Pengujian Q-Square	64
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Bootstrapping	64

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Jumlah Kendaraan Listrik Di Indonesia (2020-2024)	3
Gambar 1. 2 Peminat Motor Listrik Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi (2022)	5
Gambar 1. 3 Jumlah Penjualan Motor Listrik di Indonesia dan Target Subsidi Pemerintah (2022/2023)	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Convergent Validity (sebelum modifikasi)	58
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Convergent Validity (setelah modifikasi)	60
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	80
Lampiran 2. : Tabulasi Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner Penelitian	105

