

**PENGARUH KENAIKAN BBM DAN ENDORSEMENT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN
LISTRIK DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

TESIS

Ditulis untuk memenuhi Sebagian Persyaratan dalam
menempuh Gelar Magister Manajemen



Disusun Oleh :

Nama : SENDY RUDIANTO
NPM : 214641029
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDIANANTI
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS

Tesis ini Telah Disetujui Untuk Diujikan

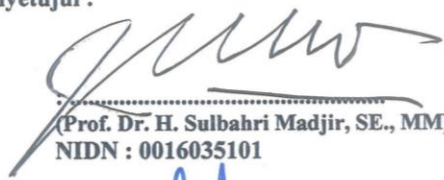
PENGARUH KENAIKAN BBM DAN ENDORSEMENT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN
LISTRIK DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

Nama : Sendy Rudianto
NPM : 214641029
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Kenaikan Bbm Dan Endorsement Terhadap
Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Dengan Kualitas
Produk Sebagai Variabel Intervening

Menyetujui :

Pembimbing Tesis

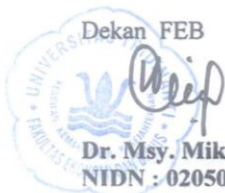
Tanggal 3-2/23 Pembimbing I


(Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM)
NIDN : 0016035101

Tanggal 3/4/23 Pembimbing II


:
(Dr. Sari Sakarina, SE, MM)
NIDN : 0214038501

Mengetahui :



Dekan FEB
Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak.,CA.,CSRS
NIDN : 0205026401

Tanggal 4-4/23

Kaprodi MM


Dr. Sari Sakarina, SE.,MM
NIDN : 0214038501

Tanggal 3/4/23

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI TESIS

**PENGARUH KENAIKAN BBM DAN ENDORSEMENT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN
LISTRIK DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**Dipertahankan di depan Komisi Penguji Tesis
Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tridinanti**

**Nama : Sedy Rudianto
NPM : 214641029
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

Menyetujui :

Ketua Penguji :

**Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM
NIDN : 0016035101**

Tanggal

3-9/23

Tanda Tangan



Anggota Penguji :

**1. Dr. Sari Sakarina, SE, MM
NIDN : 0214038501**

3/4/23



**2. Dr. Nasir, S.P., M.Si
NIDN : 0020077301**

3/4/2023



Mengetahui :

**Palembang, 9-9-2023
Dekan FEB**



**Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401**

**Palembang, 3/4/2023
Kaprosdi MM**



**Dr. Sari Sakarina, SE., MM
NIDN : 0214038501**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan dan Hidayah-Nya sehingga Tesis yang berjudul **“Pengaruh Kenaikan Bbm Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening.**

Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Universitas Tridianti Palembang Program Studi Magister Manajemen.

Penyelesaian Tesis ini melibatkan banyak pihak yang telah memberikan bantuan, baik langsung maupun tidak langsung, moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada :

1. Ketua Yayasan Pendidikan Nasional Tridianti Palembang Bapak Prof. Ir. H. Machmud Hasjim, MME.
2. Rektor Universitas Tridianti Palembang Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA.,CSRS.
4. Kaprodi Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang Ibu Dr. Sari Sakarina, SE, MM. yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan Tesis ini.
5. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM., selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan Tesis ini.
6. Ibu Dr. Sari Sakarina, SE, MM, selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan Tesis ini.
7. Para dosen dan pihak-pihak lain yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penulisan Tesis ini.
8. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang sangat berharap anaknya menuntaskan S2-nya

9. Istri yang mendukung dan membantu menjaga anak- anak tercinta semoga anak- anak besar nanti bisa mengenyam pendidikan tertinggi
10. Saudara-saudaraku ku yg selalu support dengan perjuanganku, yang turut mendukung

Dan semua pihak yang telah membimbing, membantu dan mendorong penyelesaian Tesis ini. Saya mendo'akan semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas semua amal yang telah diberikan kepada saya baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari mungkin dalam Tesis ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu diharapkan tanggapan dan masukan dari berbagai pihak sebagai bahan perbaikan dengan harapan dan pada akhirnya Tesis ini dapat disajikan sebagai buah karya yang bermanfaat bagi masyarakat dibidang pendidikan.

Palembang, 2023

Penulis

ABSTRAK

SENDY RUDIANTO, Pengaruh Kenaikan Bbm Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening, dibawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM dan Ibu Dr. Sari Sakarina, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan Pengaruh Kenaikan BBM Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening baik secara langsung maupun secara tidak langsung. populasi penelitian ini adalah seluruh Pegawai PT. PLN (Persero) Palembang, yang berjumlah 154 orang, Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *simple random sampling*. perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin*. Maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 61 sampel penelitian. Analisis data yang digunakan melalui program Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Kenaikan BBM berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk, ditunjukkan dengan nilai T-Statistik sebesar $5,446 \geq 1,96$ dan nilai P-Value adalah $0,000 \leq 0,05$. Endorsement berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk, ditunjukkan dengan nilai T-Statistik sebesar $6,867 \geq 1,96$ dan nilai P-Value adalah $0,000 \leq 0,05$. Kenaikan BBM berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ditunjukkan dengan nilai T-Statistik sebesar $7,674 \geq 1,96$ dan nilai P-Value adalah $0,000 \leq 0,05$. Endorsement berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ditunjukkan dengan nilai T-Statistik sebesar $2,134 \geq 1,96$ dan nilai P-Value adalah $0,033 \leq 0,05$. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, ditunjukkan dengan nilai T-Statistik sebesar $3,865 \geq 1,96$ dan nilai P-Value adalah $0,000 \leq 0,05$. Nilai R^2 untuk variabel laten Kualitas Produk sebagai variabel mediasi sebesar 0,959, yang artinya nilai tersebut mengidentifikasi bahwa variasi Kualitas Produk dapat dijelaskan oleh variabel Kenaikan BBM, dan Endorsement sebesar 95,9% sedangkan sisanya sebesar 4,1% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai R^2 untuk variabel laten Keputusan Pembelian sebesar 0,986 yang artinya nilai tersebut mengidentifikasi bahwa variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel eksogen sebesar 98,6% sedangkan sisanya sebesar 1,4% dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kata kunci : Kenaikan Bbm, Endorsement, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

SENDY RUDIANTO, The Influence of Increasing Fuel and Endorsements on Purchase Decisions for Electric Vehicles with Product Quality as Intervening Variables, under the guidance of Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM and Mrs. Dr. Sari Sakarina, SE, MM

This study aims to determine and prove the effect of increasing fuel prices and endorsements on purchasing decisions for electric vehicles with product quality as an intervening variable, both directly and indirectly. The population of this study are all employees of PT. PLN (Persero) Palembang, totaling 154 people. In this study, researchers used simple random sampling. calculating the number of samples using the Slovin formula. So in this study the number of samples used is as many as 61 research samples. Analysis of the data used through the Partial Least Square (PLS) program.

The results of this study indicate that the increase in fuel prices has a significant effect on product quality, indicated by the T-statistic value of $5.446 \geq 1.96$ and the P-value is $0.000 \leq 0.05$. Endorsement has a significant effect on product quality, indicated by the T-Statistic value of $6.867 \geq 1.96$ and the P-Value is $0.000 \leq 0.05$. The increase in fuel prices has a significant effect on purchasing decisions, indicated by the T-Statistics value of $7.674 \geq 1.96$ and the P-Value is $0.000 \leq 0.05$. Endorsement has a significant effect on purchasing decisions, indicated by the T-Statistic value of $2.134 \geq 1.96$ and the P-Value is $0.033 \leq 0.05$. Product quality has a significant effect on purchasing decisions, indicated by a T-statistic value of $3.865 \geq 1.96$ and a P-value of $0.000 \leq 0.05$. The R2 value for the latent variable Product Quality as a mediating variable is 0.959, which means that this value identifies that variations in Product Quality can be explained by the increase in fuel prices and Endorsement variables by 95.9% while the remaining 4.1% is explained by other variables. The R2 value for the latent variable of Purchase Decision is 0.986, which means that this value identifies that variations in Purchase Decisions can be explained by exogenous variables of 98.6% while the remaining 1.4% is explained by variables not present in the study.

Keywords: Increase in Fuel, Endorsement, Product Quality, Purchasing Decision

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sedy Rudianto

NPM : 214641029

Program studi : Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul tesis : Pengaruh Kenaikan Bbm Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Tesis yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dari Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang seluruhnya adalah hasil karya sendiri.
2. Apabila ada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain, akan saya tulis sumbernya dengan jelas, sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.
3. Jika dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis yang saya susun ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik Magister Manajemen (MM) yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar dengan rasa tanggung jawab tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 2023

Yang menyatakan,


Sedy Rudianto

RIWAYAT HIDUP



Sendy Rudianto, dilahirkan di Malang, 16 Desember 1984, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Rudjito dan Jeany Chatarina.

Sekolah dasar di selesaikan pada tahun 1997 di SDK Cor Jesu, sekolah menengah pertama di selesaikan pada tahun 2000 di SMP Negeri 03 Malang, dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah atas di SMUN Negeri 5 Malang pada tahun 2003, Strata 1 di Fakultas Elektro Program Studi Teknik di Universitas Brawijaya Malang dan lulus pada tahun 2008, memasuki Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang pada tahun 2021.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI TESIS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	11
1.4 Perumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	14
2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Kualitas Produk.....	20

2.1.2	Kenaikan BBM	27
2.1.4	Endorsement	30
2.2	Hasil Penelitian Yang Relevan	33
2.3	Kerangka Berpikir.....	39
2.4	Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
3.1.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
3.2	Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1	Populasi.....	45
3.2.2	Sampel	45
3.3	Variabel dan Definisi Operasional.....	46
3.4	Instrumen Penelitian	52
3.5	Teknik Analisis Data	53
3.6	Hipotesis Statistik	62
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Hasil Analisis.....	65
4.2	Pembahasan Hasil	86
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Implikasi Kebijakan.....	93
5.3	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Relevan	34
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	44
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kenaikan BBM	49
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Variabel Endorsement	51
Tabel 3. 6 Scoring Untuk Jawaban Kuesioner.....	53
Tabel 3. 7 Pengambilan Keputusan Pembelian Dalam Uji t-statistic	63
Tabel 4. 1 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Masa Kerja	68
Tabel 4. 4 Kategori Jawaban.....	70
Tabel 4. 5 Kategori Jawaban Responden.....	71
Tabel 4. 6 Outer Loadin Pls Algorithm 1	74
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)	75
Tabel 4. 9 Akar Kuadrat AVE	76
Tabel 4. 10 Validitas Diskriminan	76
Tabel 4. 11 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4. 13 Nilai R-Square (R^2).....	79
Tabel 4. 14 Hasil F2.....	81
Tabel 4. 15 Path Coefficients.....	82
Tabel 4. 16 Data Indirect Effect.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Riwayat Perkembangan Harga BBM Jenis Premium (2014-2022)	2
Gambar 1. 2 Riwayat Perkembangan Harga BBM Jenis Solar (2014-2022)	3
Gambar 1. 3 Riwayat Perkembangan Harga BBM Pertalite (2014-2022)	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 3. 1 Hubungan struktural antara X1, X2, dan Y terhadap Z.....	61
Gambar 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin	67
Gambar 4. 2 Responden berdasarkan Usia	68
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Masa Kerja	69
Gambar 4. 4 Full Model Setelah Dikalkulasikan 1	73
Gambar 4. 6 Hasil uji T-Statistik Antar Variabel	83

BAB I

PENDAHULUAN

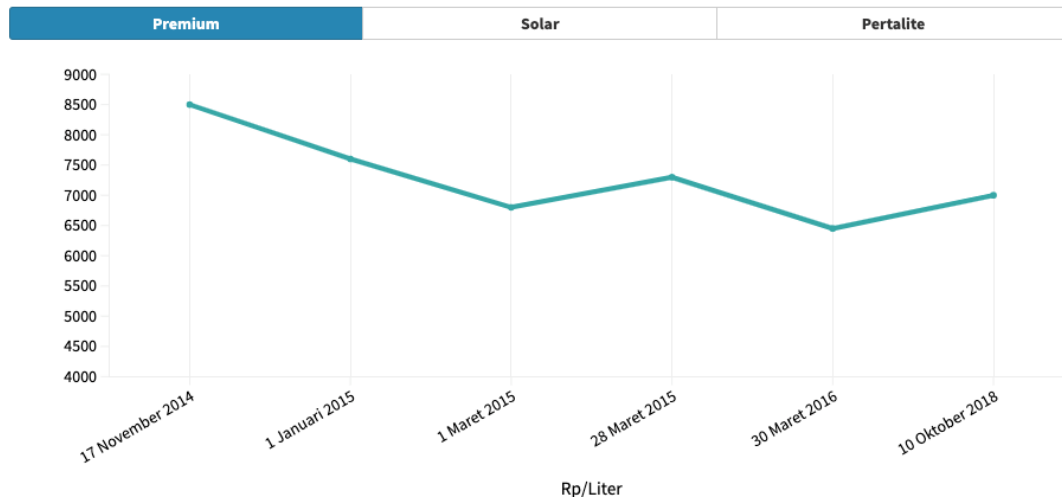
1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Terbukti dengan semakin ramainya jalanan kota dan lalu lintas yang semakin padat oleh kendaraan bermotor. Serta diikuti dengan lahir dan tumbuhnya perusahaan - perusahaan baru yang senantiasa berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada. Di Indonesia minyak bumi dimanfaatkan mulai sebagai bahan bakar kendaraan atau disebut Bahan Bakar Minyak (BBM), Minyak bumi yang multi guna ditambah jumlah pemakai yang terus meningkat, membuat jumlah minyak bumi yang ada terus berkurang. Sebagai penghasil energi, Bahan Bakar Minyak (BBM) menjadi kebutuhan dasar industri dan bahan baku utama kendaraan bermotor (Muthmainnah, 2020).

Namun, peningkatan konsumsi BBM ini berhadapan dengan semakin langkanya sumber daya minyak bumi dunia yang berimbas pada fluktuatifnya harga minyak dunia terlebih tidak semua negara mampu menghasilkan atau mencukupi kebutuhan konsumsi BBM di negaranya sendiri. Begitu halnya dengan kondisi yang terjadi di Indonesia. Selama ini pemerintah mengalokasikan dana subsidi untuk menekan harga BBM sebagai bentuk intervensi pemerintah terhadap harga – harga di pasar. Hal ini dilakukan karena harga BBM dapat mempengaruhi harga barang-barang lainnya sehingga dapat mengganggu kestabilan perekonomian dan kesejahteraan rakyat.

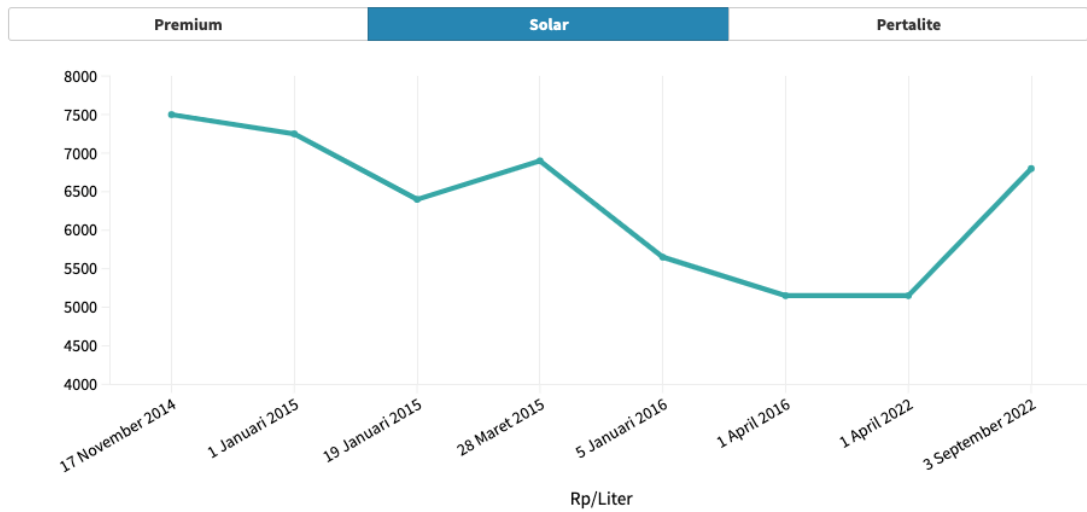
Namun, sejak tahun 1998 harga minyak dunia terus meningkat akibat krisis moneter global dan adanya kebijakan pemotongan produksi minyak bumi oleh OPEC. Pada tahun 2000 jumlah dana yang dikeluarkan untuk subsidi mencapai 28,33 % dari keseluruhan anggaran belanja negara atau setara dengan Rp 221.467 Milyar (sumber: <http://bappenas.go.id>). Nilai ini terus mengalami kenaikan. Dan pada akhirnya dianggap membebani negara (Suryadi, 2021).

Berdasarkan (DataIndonesia.id, 2022), fluktuasi harga BBM tersebut diduga mempengaruhi Keputusan Pembelian industri otomotif di Indonesia. Terlebih dengan adanya wacana pembatasan konsumsi bbm bagi kendaraan roda empat yang muncul baru-baru ini. Untuk lebih jelas, perubahan harga BBM dari tahun 2014-2022 dapat dilihat pada Gambar berikut.



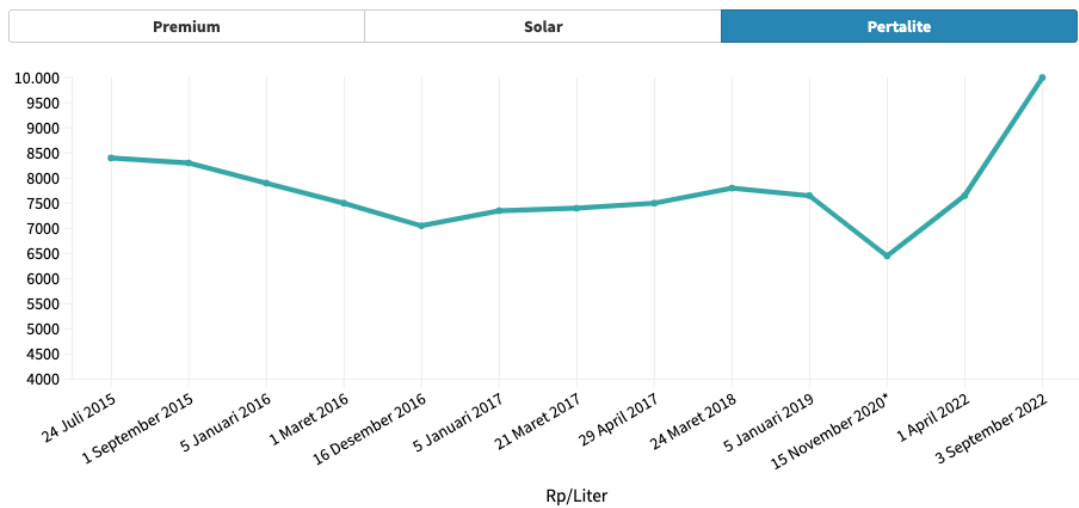
Sumber : DataIndonesia.id, 2022

Gambar 1. 1
Riwayat Perkembangan Harga BBM Jenis Premium (2014-2022)



Sumber : Dataindonesia.id, 2022

Gambar 1. 2
Riwayat Perkembangan Harga BBM Jenis Solar (2014-2022)



Sumber : Dataindonesia.id, 2022

Gambar 1. 3
Riwayat Perkembangan Harga BBM Pertalite (2014-2022)

Gambar diatas menunjukkan riwayat perkembangan harga BBM selama 2014 - 2022 dengan rincian sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2014

- 17 November 2014: Harga Premium naik menjadi Rp8.500/liter. Harga Solar naik menjadi Rp7.500 per liter

2. Pada Tahun 2015

- 1 Januari 2015: Harga Premium turun menjadi Rp7.600/liter. Harga solar turun menjadi RpRp7.250/liter
- 1 Maret 2015: Harga Premium turun menjadi Rp7.300/liter 28 Maret 2015: Harga Premium naik menjadi Rp7.800/liter. Harga BBM Solar naik menjadi Rp6.900/liter.
- 24 Juli 2015: Harga Peralite mulai ditetapkan sebesar Rp8.400/liter
- 1 September 2015: Harga Peralite turun menjadi Rp8.300/liter

3. Pada Tahun 2016

- 5 Januari 2016: Harga solar turun menjadi Rp5.650/liter. Harga Peralite turun menjadi Rp7.900/liter
- 1 Maret 2016: Harga Peralite turun menjadi Rp7.500/liter 30 Maret 2016: Harga Premium turun menjadi Rp6.450/liter
- 1 April 2016: Harga solar turun menjadi Rp5.150/liter
- 16 Desember 2016: Harga Peralite turun menjadi Rp7.050/liter

4. Pada Tahun 2017

- 5 Januari 2017: Harga Peralite naik menjadi Rp7.350/liter
- 21 Maret 2017: Harga Peralite naik menjadi Rp7.400/liter
- 29 April 2017: Harga Peralite naik menjadi Rp7.500/liter

5. Pada Tahun 2018

- 24 Maret 2018: Harga Pertalite naik menjadi Rp7.800/liter
- 10 Oktober 2018: Harga Premium naik menjadi Rp7.000/liter

6. Pada Tahun 2019

- 5 Januari 2019: Harga Pertalite turun menjadi Rp7.650/liter

7. Pada Tahun 2020

- 15 November 2020: Harga BBM Pertalite lewat program Langit Biru disesuaikan dengan Premium yang sebesar Rp6.450/liter. Hanya saja, program tersebut hanya digelar di beberapa SPBU di Jakarta.

8. Pada Tahun 2022

- 1 April 2022: Harga Pertamina naik menjadi sekitar Rp12.500-Rp13.000 per liter. Sementara, harga Pertalite kembali sebesar Rp7.650/liter. Begitu pula harga solar tetap sebesar Rp5.150/liter
- 3 September 2022: Harga Pertalite naik menjadi Rp10.000/liter. Harga solar menjadi Rp6.800/liter

Dengan melihat semakin mahal nya harga BBM konsumen otomotif diberikan pilihan kendaraan listrik oleh pemerintah. Pemerintah kemudian membuat kebijakan paket subsidi untuk pembelian kendaraan listrik didorong untuk mengerek populasi kendaraan listrik di dalam negeri, Untuk mewujudkan ekosistem kendaraan listrik pemerintah harus berkolaborasi. Dikuti dari (Kemenperin.go.id, 2022) salah satu tonggak sejarah dalam mewujudkan ketahanan energi nasional serta membantu menyelamatkan keuangan negara akibat impor BBM yang terus meningkat. Pemerintah tengah menyiapkan insentif berupa subsidi untuk pembelian kendaraan

listrik. Untuk diketahui dalam road map pengembangan industri kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (KBLBB), pada tahun 2025 mendatang ditargetkan mencapai 400 ribu unit atau 25% dari total produksi kendaraan bermotor roda empat yang mencapai 1,6 juta unit. Sedangkan untuk roda dua ditargetkan produksi motor listrik mencapai 1,76 juta unit, dengan adanya rencana ini pemerintah juga mendapat dukungan dari PT PLN (Persero) sebagai penyuplai energi listrik. PLN menggandeng tujuh produsen mobil listrik dan tujuh produsen motor listrik serta Grab Indonesia mempercepat terbentuknya ekosistem kendaraan listrik di Tanah Air. Kerja sama ini meliputi bundling paket kendaraan listrik dengan layanan home charging dari PLN hingga kolaborasi membangun Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) dan Stasiun Penukaran Baterai Kendaraan Listrik Umum (SPBKLU) serta Joint Study untuk menyusun langkah strategis pengembangan ekosistem KBLBB di Indonesia

Melalui paket kendaraan listrik dengan layanan *home charging*, para pembeli kendaraan listrik dari Hyundai, Nissan, Wuling, DFSK dan ATPM yang bekerja sama bisa lebih mudah dalam mendapatkan fasilitas kelistrikan. Para pelanggan tidak perlu lagi bingung untuk mengisi daya kendaraan listriknya, sebab home chargingnya sudah disediakan dalam satu paket bundling dengan pembelian mobil, PLN juga telah menghadirkan berbagai program untuk memudahkan konsumen dalam menggunakan kendaraan listrik. Salah satunya dengan memberikan harga khusus untuk pasang baru atau penambahan daya listrik di rumah pemilik kendaraan listrik. Tak hanya itu, pelanggan PLN juga akan mendapatkan diskon tarif tenaga listrik sebesar 30 persen pada pukul 22.00 WIB – 05.00 WIB atas pemakaian dari home charging

Akan tetapi hambatan muncul ketika minimnya informasi mengenai kendaraan listrik dimasyarakat. Menurut hasil survei Charta Politika, 61% masyarakat Indonesia tidak berminat terhadap kendaraan listrik. Ada sejumlah alasan yang melatar belakangi banyaknya masyarakat Indonesia tak berminat menggunakan kendaraan listrik. Sebanyak 31,8% responden menilai harga kendaraan listrik masih mahal. Sebanyak 28,6% responden beralasan tidak yakin dengan teknologi dan cara pemakaian kendaraan listrik. Kemudian, ada 25,6% responden yang mengaku lebih nyaman dengan kendaraan berbasis BBM. Sebanyak 10,5% responden mengatakan kendaraan listrik masih sulit didapatkan di wilayah domisilinya. Sementara, 3,6% responden lainnya menyatakan tidak tahu atau tidak menjawab. Sebagai informasi, Charta Politika melakukan survei terhadap 1.220 responden di seluruh Indonesia pada 6-13 September 2022. Survei ini dilakukan dengan metode multistage random sampling dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 2,82%.

Maka dari ini perlu adanya penekanan kualitas produk kendaraan listrik serta gencar dalam hal promosi salah satunya dengan menggunakan jasa *Endorsement*. Dilansir The Verge pada Kamis (30/6/2022), mengungkapkan bila kualitas kendaraan baru mengalami penurunan kualitas 11 persen dari tahun ke tahun. Adapun kekurangan kendaraan listrik

1. Harga Masih Mahal

Sudah bukan rahasia lagi bahwa harga mobil listrik di Indonesia saat masih relatif mahal bagi kebanyakan orang. Mobil listrik paling murah di Indonesia saat ini adalah DFSK Gelora E yang dijual mulai harga Rp 469 jutaan. Produknya pun tergolong segmented karena memiliki wujud sebagai kendaraan komersial.

2. Tempat Pengisian Baterai Masih Sedikit

Poin ini kemungkinan menjadi hambatan terbesar bagi banyak orang untuk membeli mobil listrik. Walaupun sebenarnya konsumen juga bisa mengisi daya di tempat tinggalnya. Namun, ketersediaan fasilitas pengisian daya yang tersebar luas pastinya akan memberikan ketenangan batin tersendiri dalam menggunakan mobil listrik. Sebagai informasi, dalam hal ini pemerintah lewat Perusahaan Listrik Negara (PLN) sedang berupaya mendirikan Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) sebanyak-banyaknya. Perawatan mobil listrik harus tetap dicas Mobil listrik mesti tetap dicas walau tak digunakan.

3. Waktu Pengecasan Lama

Ketika seorang konsumen memutuskan membeli mobil listrik artinya ia harus membangun kebiasaan baru. Mengecas mobil pada malam hari agar dapat digunakan pada pagi atau siang hari. Durasi pengecasan itu sendiri sebenarnya tergantung cara yang digunakan.

4. Harga Baterai Mahal

Baterai merupakan komponen paling mahal pada sebuah mobil listrik. Kebanyakan pabrikan memberikan garansi yang cukup panjang untuk komponen ini, umumnya sampai 8 tahun atau sekitar 160 ribu kilometer. Pada titik pemakaian tertentu kualitas baterai mobil listrik dipastikan akan menurun dan perlu diganti. Untuk itu pemilik harus bersiap-siap mengeluarkan dana yang besar.

Begitu juga dengan masalah promosi menggunakan *Endorsement*, butuh kekuatan endorser untuk membangun trust konsumen, (Zavida, 2021) menjelaskan merek baru membutuhkan afiliasi dengan brand lain yang sudah lebih dahulu dikenal, misalnya

dengan menggunakan endorser. Seorang endorser yang sudah lebih dahulu dikenal, akan menjadi kunci keberhasilan dalam membangun trust konsumen, Produk yang digunakan oleh endorser menjadi sebuah jaminan bahwa produk ini telah teruji dan jaminan kepuasan. Karena itu kalau kita perhatikan banyak sekali produk di era pandemi ini yang menggunakan jasa endoser dengan alasan tersebut. Endorser tidak terlalu efektif bagi produk yang sudah lebih dulu dikenal dan dipercaya, karena mereka sudah mempunyai basis kepercayaan yang kuat.

Dengan adanya kenaikan BBM akan mengakibatkan tingginya permintaan akan kendaraan listrik sehingga perusahaan penyedia kendaraan listrik harus lebih memperhatikan kualitas produk kendaran listrik yang dipasarkan mulai dari segi kualitas konsumsi daya listrik yang digunakan hingga ke desain kendaraan yang mengikuti tren yang berkembang, begitu juga dengan *Endorsement*, perusahaan penyedia kendaraan listrik harus lebih memberikan spesifikasi kualitas produk kendaraan listrik yang jelas kepada para *Endorsement*, sehingga pada saat melakukan pengiklanan produk kendaraan listrik tidak terjadi kesalahan pemberian informasi mengenai kualitas produk yang dipasarkan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik ingin meneliti antar variabel tersebut. Apakah dengan adanya variabel *Intervening* dapat memediasi variabel independen terhadap variabel dependen, dan ingin mengetahui mana yang lebih besar pengaruhnya dengan atau tanpa variabel *Intervening*. Maka untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel tersebut, dapat dilakukan melalui penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kenaikan Bbm Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening”***.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai uraian pada latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yang mempunyai Pengaruh Kenaikan BBM dan *Endorsement* Pada Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening Pada PT. PLN (Persero) Palembang antara lain :

1. Bahan Bakar Minyak (BBM) menjadi kebutuhan dasar industri dan bahan baku utama kendaraan bermotor, peningkatan konsumsi BBM ini berhadapan dengan semakin langka nya sumber daya minyak bumi dunia yang berimbas pada fluktuatifnya harga minyak dunia terlebih tidak semua negara mampu menghasilkan atau mencukupi kebutuhan konsumsi BBM di negaranya sendiri
2. Fluktuasi harga BBM tersebut diduga mempengaruhi Keputusan Pembelian industri otomotif di Indonesia. Terlebih dengan adanya wacana pembatasan konsumsi bbm bagi kendaraan roda empat yang muncul baru-baru ini
3. Minimnya informasi mengenai kendaraan listrik dimasyarakat
4. Masyarakat menilai harga kendaraan listrik masih mahal
5. Masyarakat beralasan tidak yakin dengan teknologi dan cara pemakaian kendaraan listrik
6. Tempat Pengisian Baterai Masih Sedikit
7. *Endorsement* tidak terlalu efektif bagi produk yang sudah lebih dulu dikenal dan dipercaya, karena mereka sudah mempunyai basis kepercayaan yang kuat

1.3 Pembatasan Masalah

Disebabkan adanya keterbatasan-keterbatasan dalam diri penulis baik menyangkut kemampuan, waktu, maupun dana dan agar penelitian ini lebih terfokus, maka dari beberapa masalah yang telah teridentifikasi diatas penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti hanya pada variabel Kenaikan BBM, *Endorsement*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. PLN (Persero) Palembang.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Kenaikan BBM terhadap Kualitas Produk Kendaraan Listrik?
2. Apakah terdapat pengaruh secara langsung *Endorsement* terhadap Kualitas Produk Kendaraan Listrik?
3. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Kenaikan BBM terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik?
4. Apakah terdapat pengaruh secara langsung *Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik?
5. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah diatas adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan:

1. Pengaruh secara langsung Kenaikan BBM terhadap Kualitas Produk Kendaraan Listrik.
2. Pengaruh secara langsung *Endorsement* terhadap Kualitas Produk Kendaraan Listrik.
3. Pengaruh secara langsung Kenaikan BBM terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik.
4. Pengaruh secara langsung *Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik.
5. Pengaruh secara langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan hasil-hasil yang didapat akan ada manfaatnya bagi :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh Kenaikan BBM dan *Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik dengan Kualitas Produk sebagai variabel Intervening.
2. Sebagai salah satu pertimbangan bagi PT. PLN (Persero) Palembang untuk lebih memperhatikan Kenaikan BBM dan *Endorsement* dalam manajemen pemasaran

sehingga Keputusan Pembelian Konsumen benar-benar ditingkatkan dan pedoman untuk menyusun rencana pemasaran.

3. Secara teoritis :

- a) Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan masalah Kenaikan BBM dan *Endorsement* dengan Keputusan Pembelian.
- b) Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan kajian lebih lanjut.
- c) Sebagai salah satu input atau masukan bagi PT. PLN (Persero) Palembang dalam meningkatkan penjualan Kendaraan Listrik dengan memperhatikan faktor Kenaikan BBM yang terjadi dan pemasaran melalui cara *Endorsement*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol.1, No.1
- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*. Vol.5, No.1
- Allisya Kurnia. (2021). Pengaruh Endorsement Terhadap kualitas produk pakaian lokal pada perusahaan Erigo Store. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1, No.1
- Andurrahman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Business Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 2, No. 4
- Bagida et al. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV . Lion Jailolo. *Jurnal Productivity*. Vol.2, No.2
- Bode, F. (2022). Pengaruh Endorsement terhadap Brand Image Scarlett Whitening pada Media Sosial Instagram (Studi pada Agen Scarlett Whitening by Bunga Kosmetik Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JAMBURA)*. Vol. 2, No. 1
- Fenny, F., & Loisa, R. (2021). Pengaruh Endorsement oleh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Kosmetik. *Jurnal Prologia*. Vol. 5, No. 1
- Ghodang, H., & Sembiring, R. W. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Maju Jaya Pohon Pinang Medan. *Jurnal Pemasaran*. Vol. 2, No. 1
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2018). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPF.
- Manopo, C., Tampi, J. R. ., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Jurnal Productivity*. Vol. 2, No. 6
- Muthmainnah. (2020). Pengaruh Perubahan Harga BBM Terhadap Penjualan Sepeda Motor Merek Honda Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 3, No. 2

- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah. Kencana.*
- Nurfitria, R. A. N., & Widiawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Terhadap Minat. *Jurnal Ekonomi Industri Halal. Vol. 3, No. 1*
- Panget, B., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab). Vol. 6, No. 4*
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Jimea. Vol. 4, No. 1*
- Rahmi, S., Rinaldo, J., & Hadya, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang). *Jurnal Pemasaran. Vol. 1, No. 1*
- Ridho Mularman. (2022). Pengaruh Kenaikan harga BBM Dan Kepercayaan Terhadap Kualitas Produk BBM Pertalite (Studi Kasus Pada Pengguna BBM wilayah kebumen). *Jurnal Ekonomi. Vol. 3, No.1*
- Riduwan, S. (2018). *Pengantar Statistika. Bandung: CV Alfabeta.*
- Rosita, D. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 3, No. 2*
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 5, No. 1*
- Sahril, A. A., Wulandjani, H., & Kurniawati, D. (2022). Pengaruh Endorsement (Via Vallen) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tolak Angin Cair Di Aplikasi Media Sosial Instagram. *Jurnal MPB. Vol. 4, No. 3*
- Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 1, No. 1*
- Sudiyanto, T. (2017). Pengaruh Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Terhadap Pelayanan Transportasi Roda Dua di Pasar Tiga Putri Km 14 Banyuasin. *Jurnal Riset Pemasaran. Vol. 1, No. 5*

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumilat, S. M. D., Lopian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 10, No. 2
- Suryadi. (2021). Dampak Kenaikan Harga Bbm Dan Elastisitas Konsumsi Bbm Sektor Angkutan Studi Perbandingan Pada Beberapa Sektor Ekonomi. *Jurnal Imliah*. Vol. 2, No. 2
- Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 3, No. 2
- Yohan Naftali, (2019). *Modul Pelatihan Smart PLS*. Ver : 2019.01.02
- Zavida, T. P. (2021). Pengaruh Endorsement Selebgram Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Makanan Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1