

ABSTRAK

Global warming menjadi salah satu permasalahan jangka panjang yang dampaknya sekarang mungkin tidak terasa. Kendaraan listrik saat ini menjadi solusi pemanasan global yang terjadi, kendaraan listrik tersebut salah satunya yakni sepeda motor listrik. Terdapat pula masalah terkait stigma yang negatif pada salah satu negara manufaktur pada bidang otomotif khususnya. Meskipun ada penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh variabel-variabel ini secara terpisah, penelitian yang lebih komprehensif tentang bagaimana variabel-variabel yang berinteraksi dalam konteks kendaraan listrik khususnya sepeda motor listrik ini masih sangat diperlukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis hubungan antara Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen sepeda motor listrik dengan mempertimbangkan peran Kepercayaan Merek sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 orang konsumen sepeda motor listrik di Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan dengan dua jenis pertanyaan: pertanyaan tertutup dan terbuka. Pendekatan analisis data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini ialah Structural Equation Model (SEM) dengan software AMOS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepercayaan Merek, sedangkan Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Implikasi dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga memiliki pengaruh langsung terhadap Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian, terdapat pengaruh tidak langsung yaitu melalui variabel Kepercayaan Merek dengan Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian