

ABSTRAK

PENGARUH KEBIJAKAN SUBSIDI DAN PERSEPSI ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOTOR LISTRIK GESITS DI INDONESIA

Oleh

Dinda Layni Choirunnisa

NIM : 1720033

Administrasi Bisnis Otomotif

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan angka penjualan motor listrik Gesits melalui subsidi hanya terjual Gesits sebanyak 232 unit atau 2,01% dari total unit yang terjual (11.352 unit *All EV Brand*) (tidak mencapai target yang diharapkan). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kebijakan subsidi dan persepsi atribut produk terhadap minat beli motor listrik gesits di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kebijakan subsidi dan persepsi atribut produk terhadap minat beli motor listrik Gesits di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan sebanyak 348 responden calon pelanggan motor listrik gesits yang pernah menghubungi nomor *hotline* Gesits pada tahun 2023. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 29. Hasil dari penelitian ini yaitu, variabel kebijakan subsidi (X1) berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat beli motor listrik Gesits. Variabel persepsi atribut produk (X2) memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat beli motor listrik Gesits. Variabel kebijakan subsidi (X1) dan persepsi atribut produk (X2) secara bersama-sama mempengaruhi variabel minat beli (Y). Adapun implikasi dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli dan produsen dapat menggunakan informasi dalam penelitian ini sebagai strategi.

Kata Kunci: Minat Beli, Kebijakan Subsidi, Persepsi Atribut Produk, Motor Listrik