

# Analisis Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Merek U-Winfly

Novi Rahmayanti<sup>1</sup>, Melita Sugiarti<sup>2</sup>,  
Syamsul Hadi<sup>3</sup>

Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jalan Raya Serang-Jakarta, KM, 03 No 1 B (Pakupatan) Serang-Banten, Indonesia.

Email ; novirhmynti@gmail.com , melitasugiarti8@gmail.com

**Abstract.** *In this modern era, business growth is occurring very rapidly. Various businesses are developing everywhere, the number of prices and quality of products is becoming more diverse, making market competition fierce. The growth of technology can also have a big influence on human life, one of which is growth in the field of vehicles such as electric bicycles. Electric bicycles are bicycles powered by electricity and electric bicycles are transportation that does not cause air pollution. The aim of this research is to reduce air pollution and utilize advanced technology, so electric bicycles are needed. This research used a quantitative method with 348 employee class students majoring in law at Bina Bangsa University and the collection method used the Slovin formula. The data analysis used in this research is multiple linear regression analysis and the results are significant. Shows that price perception influences interest in purchase intention U-Winfly brand electric bicycles.*

**Keywords:** *Price perception, Purchase Intention, Modern*

**Abstrak.** Era modern dikala ini, pertumbuhan bisnis terjalin dengan sangat pesat. Berbagai macam bisnis berkembang di mana-mana, jumlah harga serta kualitas produk menjadi berbagai macam sehingga membuat persaingan pasar menjadi ketat. Pertumbuhan teknologi pula bisa membuat pengaruh besar untuk kehidupan manusia, salah satunya pertumbuhan di bidang kendaraan semacam sepeda listrik. Sepeda listrik ialah sepeda dengan dorongan tenaga listrik dan sepeda listrik selaku transportasi yang tidak menimbulkan polusi udara. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengurangi pencemaran udara serta memanfaatkan teknologi yang sudah canggih, maka dari itu diperlukannya sepeda listrik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 348 mahasiswa kelas karyawan jurusan hukum universitas bina bangsa dan metode pengambilannya menggunakan rumus slovin. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan hasil yang signifikan. Menunjukkan bahwa persepsi harga mempengaruhi minat beli sepeda listrik merek U-Winfly.

**Kata Kunci:** Persepsi harga, Minat Beli, Modern

## LATAR BELAKANG

Era modern dikala ini, pertumbuhan bisnis terjalin dengan sangat pesat. Berbagai macam bisnis berkembang di mana-mana, jumlah harga serta kualitas produk menjadi berbagai macam sehingga membuat persaingan pasar menjadi ketat. Pertumbuhan teknologi pula bisa perkembangan kendaraan seperti sepeda listrik membawa dampak besar bagi kehidupan manusia. Sepeda listrik adalah sepeda listrik atau sepeda listrik yang merupakan alat transportasi yang tidak menimbulkan polusi udara.

Knalpot mobil dan asap knalpot industri merupakan sumber utama pencemaran udara, serta sisanya terjadi akibat pembakaran-pembakaran. Selain itu perawatan pada kendaraan bermotor yang lebih spesifik dan mengeluarkan dana yang lebih. Perkembangan yang semakin pesat, maka membuat para perusahaan untuk memiliki strategi lebih lagi dalam menentukan kualitas dan harga pada suatu produk seperti sepeda listrik.

Dilansir dari sebuah berita marketteers (2023) Produsen sepeda listrik semakin bersaing satu sama lain seiring dengan semakin meluasnya pasar sepeda listrik. Hal ini dapat mengarah pada

inovasi teknologi dan harga yang lebih rendah. Konsumen kini memiliki banyak pilihan mulai dari sepeda listrik yang terjangkau hingga model mewah yang lebih mahal. Sepeda listrik banyak tersedia di pasar Indonesia dengan harga berkisar antara Rp 3 jutaan hingga Rp 10 jutaan. Pengendara bertanggung jawab atas polusi udara, oleh karena itu para perusahaan berusaha untuk mengurangi polusi udara dengan mengeluarkan berbagai inovasi sepeda listrik, sehingga banyak perbedaan harga sepeda listrik saat ini. Berdasarkan adanya permasalahan mengenai persepsi harga sepeda listrik di setiap perusahaan, oleh karena itu penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui apakah persepsi harga sepeda listrik dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Data tersebut meliputi informasi primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, serta informasi sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari penelusuran sumber seperti majalah penelitian dan website yang terkait dengan penelitian ini.

Penelitian ini mencakup beberapa kelompok umur, termasuk orang berusia 17 hingga 50 tahun yang sudah mengetahui atau memiliki sepeda listrik U-Winfly. Metode pengambilan sampelnya adalah purposive sampling, atau metode pengumpulan sampel berdasarkan penilaian tertentu (Sugiyono, 2016).

Karena populasi dan besar sampel penelitian ini masih belum diketahui, maka kami menggunakan rumus Slovin (Sugiyono 2016). Berikut rumus slovin yaitu:

Rumus

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n : banyak sampel minimum
- N : banyak sampel pada populasi
- e : batas toleransi kesalahan (*error*)

Untuk populasi N= 348 dan asumsi tingkat kesalahan (e) = 5%, maka perhitungannya ialah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{348}{1 + 348(0,0025)}$$

$$n = 186,09625 \text{ menjadi } 186$$

Hasil dari perhitungan sampel diatas adalah 186.

## ANALISA DAN PEMBAHASAN

Model yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Di bawah ini merupakan hasil analisis regresi linear berganda antara persepsi harga dengan minat beli sepeda listrik U-Winfly.

### Analisa Regresi Berganda

Untuk mengetahui apakah variable bebas mempengaruhi variable terikat, maka digunakan analisis regresi linear berganda seperti berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien R dan Koefisien R<sup>2</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,534 <sup>a</sup>	,285	,281	3,435

a. Predictors: (Constant), PRESEPSI HARGA

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan bahwa hasil pengujian koefisien korelasi didapatkan nilai R sebanyak 0,534 dimana nilai tersebut menunjukkan adanya ketertarikan sebesar 53,4% dari variable bebas dan variable terikat. Berikutnya menunjukkan pengujian koefisien determinasi di dapatkan nilai Adjusted R Square sebanyak 0,281 dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variable independen yaitu presepsi harga berpengaruh terhadap minat beli sebesar 28,1%.

Tabel 2. Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	16,926	2,199			7,695	,000
PRESEPSI HARGA	,641	,075	,534		8,564	,000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Dari output SPSS versi 26 untuk model coefficients untuk variabel X didapatkan nilai t hitung 8,564 dengan nilai t tabel sebesar 1,286 dengan nilai signifikasinya sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh presepsi harga (x) terhadap minat beli (y).

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	865,569	1	865,569	73,350	,000 <sup>b</sup>
Residual	2171,296	184	11,801		
Total	3036,866	185			

a. Dependent Variable: MINAT BELI  
b. Predictors: (Constant), PRESEPSI HARGA

Dari output SPSS versi 26 untuk model ANOVA di dapatkan nilai  $f$  hitung sebesar 73,350 dan  $f$  tabel sebesar 3,043 dengan nilai signifikasinya  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel (x) persepsi harga berpengaruh terhadap (y) minat beli.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli**

Hasil yang diperoleh dari kusioner yang telah disebar dan diuji, menunjukkan terdapat pengaruh positif dan spesifik terhadap persepsi harga dan minat pembelian sepeda listrik mahasiswa kelas karyawan jurusan hukum Universitas Bina Bangsa. Tanggapan responden menunjukkan bahwa semakin rendah harga sebuah sepeda listrik, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk membelinya, sedangkan harga jual kembali yang mahal akan mempengaruhi keinginan mereka untuk membelinya. Maka dari itu sebuah perusahaan harus lebih selektif dalam memberikan harga pada sepeda listrik tersebut. Para mahasiswa kelas karyawan jurusan hukum universitas bina bangsa. Dengan telah melakukan beberapa pengujian terhadap data yang telah didapat dari kusioner, terdapat hasil dari uji koefisien R didapatkan nilai R sebanyak 0,534 dimana nilai tersebut menunjukkan adanya ketertarikan sebesar 53,4% dari variable bebas dan variable terikat. Berikutnya menunjukkan pengujian koefisien determinasi di dapatkan nilai Adjusted R Square sebanyak 0,281 dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variable independen yaitu persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli sebesar 28,1%.

. Uji t didapatkan nilai  $t$  hitung 8,564 dengan nilai  $t$  tabel sebesar 1,286 dengan nilai signifikasinya sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi harga terhadap minat beli.

Uji F di dapatkan nilai  $f$  hitung sebesar 73,350 dan  $f$  tabel sebesar 3,043 dengan nilai signifikasinya  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil menunjukkan bahwa mahasiswa kelas karyawan jurusan hukum universitas bina bangsa memiliki persepsi harga sepeda listrik yang positif dan signifikan. Selanjutnya, pengujian koefisien determinasi memperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,281, menunjukkan jika persepsi harga memengaruhi minat beli sebesar 28,1%. Untuk uji t, diperoleh nilai  $t$  hitung 8,564 dan nilai  $t$  tabel 1,286, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian,

kesimpulan dari uji F adalah bahwa persepsi harga memengaruhi minat beli. Namun hal ini dapat dijelaskan bahwa masih dikitnya minat beli sepeda listrik pada mahasiswa kelas karyawan jurusan hukum di universitas bina bangsa.

Maka dari itu saran untuk penjual atau sebuah perusahaan yang akan memberikan harga pada produk tersebut, harap lebih terjangkau dalam memutuskan harganya. Agar para pembeli akan lebih banyak lagi dalam membeli sepeda listrik merek U-Winfly dan dapat memberikan pengaruh positif dalam kondisi lingkungan. Serta dapat merasakan teknologi yang terus maju sehingga dapat memperluas penelitian penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Septianto, A. S., & Andriyati, Y. (2023). Pengaruh Harga Dan Perbedaan Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Listrik di Kota Sampit. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 576-585.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Nengsih, T. A., Kurniawan, F., & Prasaja, A. S. (2021). Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 17-31.
- Mahendra, S. (2014). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 282-292.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75-84.