

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salah satu inovasi penting dalam industri otomotif adalah hadirnya mobil listrik berbasis baterai atau *Battery Electric Vehicle* (BEV). Secara umum, kendaraan ini berfungsi sebagai alat transportasi untuk mengangkut orang maupun barang, guna mendukung mobilitas yang lebih cepat dan memudahkan aktivitas sehari-hari. Dibandingkan dengan mobil berbahan bakar bensin, kendaraan listrik menawarkan sejumlah keunggulan. Salah satunya adalah penggunaan baterai isi ulang sebagai sumber tenaga sehingga tidak menghasilkan emisi gas buang, menjadikannya lebih ramah lingkungan. Mobil listrik juga memiliki tingkat kebisingan yang lebih rendah karena tidak melalui proses pembakaran pada mesin. Dari sisi perawatan, jumlah komponen yang lebih sedikit membuat perawatan mobil listrik lebih sederhana dan biaya pemeliharaannya lebih hemat dalam jangka panjang.

Kelebihan lainnya adalah pengecualian dari aturan ganjil-genap di wilayah DKI Jakarta, sebagaimana diatur dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 88 Tahun 2019. Dengan demikian, pengguna mobil listrik dapat berkendara kapan pun tanpa khawatir terkena sanksi. Selain itu, biaya operasional kendaraan listrik lebih terjangkau karena harga listrik sebagai sumber energi jauh lebih murah dibandingkan bahan bakar minyak. Biaya perawatan pun lebih rendah karena tidak memerlukan penggantian oli dan memiliki lebih sedikit komponen yang berpotensi mengalami kerusakan. Dengan berbagai keunggulan tersebut, mobil listrik semakin diminati oleh masyarakat yang mengutamakan efisiensi, biaya ekonomis, serta kepedulian terhadap lingkungan.



Gambar 3.1 Logo Vinfast

Sumber: Vinfast

VinFast merupakan perusahaan otomotif asal Vietnam yang berdiri pada tahun 2017 di bawah naungan Vingroup, salah satu konglomerat terbesar di negara tersebut. Pada tahap awal, VinFast memproduksi kendaraan berbahan bakar bensin seperti LUX A2.0 dan LUX SA2.0 yang sempat dipamerkan pada ajang Paris Motor Show. Namun, tidak lama kemudian perusahaan melakukan perubahan strategi dengan beralih sepenuhnya ke produksi kendaraan listrik (EV). Transformasi ini sejalan dengan visi Vingroup untuk mengembangkan ekosistem transportasi berkelanjutan yang mencakup pembangunan fasilitas manufaktur modern, produksi baterai, infrastruktur pengisian daya, hingga layanan purna jual.

Perjalanan VinFast di industri kendaraan listrik dimulai melalui peluncuran model VF e34 pada tahun 2021 sebagai mobil listrik pertama mereka, kemudian disusul oleh model lain seperti VF 5 yang ditujukan untuk kelas mobil kota dengan harga terjangkau serta VF 3, sebuah mini-SUV dua pintu yang populer berkat desainnya yang kompak dan unik. Untuk pasar internasional, VinFast merilis SUV listrik berukuran lebih besar, yaitu VF 8 dan VF 9, sebagai bagian dari upaya memperkuat posisi mereka di pasar global.

Seiring meningkatnya adopsi kendaraan listrik di kawasan Asia Tenggara, penjualan VinFast di Vietnam menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, bahkan mencapai angka ribuan unit per bulan dalam periode tertentu. Perusahaan juga memperluas cakupan bisnisnya dengan merencanakan pembangunan pabrik di berbagai negara, termasuk India, sebagai langkah strategis dalam ekspansi global. Meski menghadapi beragam tantangan seperti tingginya biaya ekspansi, konsistensi kualitas, serta kebutuhan pengembangan infrastruktur pengisian daya, VinFast tetap konsisten dengan visinya untuk menjadi produsen kendaraan listrik cerdas asal

Vietnam yang mampu bersaing secara internasional. Perkembangan VinFast ini menggambarkan strategi transformasi yang cepat dan agresif dari sebuah perusahaan baru yang berupaya mendorong penggunaan kendaraan listrik baik di kawasan maupun di pasar global.



Gambar 3.2 Dealer Vinfast

Sumber: Tempo.com

VinFast secara resmi memasuki pasar Indonesia pada tahun 2024 melalui ajang Indonesia International Motor Show (IIMS), yang menjadi tonggak penting dalam ekspansi perusahaan otomotif listrik asal Vietnam tersebut ke kawasan Asia Tenggara. Pada peluncuran perdananya, VinFast memperkenalkan sejumlah model mobil listrik dengan konfigurasi setir kanan, seperti VF 5 dan VF e34, serta menampilkan lini produk lainnya mulai dari VF 6 hingga VF 9. Kehadiran VinFast langsung menarik perhatian publik berkat strategi harga yang kompetitif. Misalnya, model VF 5 dipasarkan dengan harga sekitar Rp218 juta hingga Rp310 juta, sedangkan VF e34 dibanderol di kisaran Rp273 juta hingga Rp408 juta, bergantung pada promosi dan pilihan skema pembelian.

Salah satu strategi VinFast yang cukup inovatif adalah opsi pembelian mobil tanpa baterai dengan harga lebih rendah, di mana konsumen kemudian membayar biaya sewa baterai bulanan yang dimulai dari sekitar Rp990 ribu. Pendekatan ini

bertujuan untuk menekan biaya awal pembelian kendaraan listrik sehingga masyarakat lebih mudah beralih ke mobil ramah lingkungan.

Dari sisi spesifikasi, VinFast menawarkan fitur yang bersaing di kelasnya. VF 5 dilengkapi motor listrik 70 kW dengan baterai berkapasitas sekitar 29,6 kWh, sehingga cocok untuk mobilitas perkotaan. Sementara itu, VF e34 hadir dengan tenaga hingga 110 kW dan baterai 42 kWh yang diklaim mampu menempuh jarak lebih dari 300 km. Kedua model tersebut telah dilengkapi fitur modern, termasuk sistem keselamatan aktif, layar infotainment berukuran besar, integrasi aplikasi pintar, serta dukungan pengisian cepat. VinFast juga memberikan garansi yang cukup panjang, termasuk garansi baterai 10 tahun atau bahkan garansi “seumur hidup” bagi pengguna yang memilih skema sewa baterai sebuah penawaran yang jarang ditemukan pada kompetitor di kelas harga serupa.

Untuk memperkuat posisinya di Indonesia, VinFast tidak hanya berfokus pada penjualan kendaraan, tetapi juga membangun ekosistem pendukung yang komprehensif. Perusahaan telah mengirimkan ribuan unit mobil listrik ke Indonesia, membuka lebih dari 17 dealer, serta bekerja sama dengan V-GREEN untuk pengembangan infrastruktur yang mencakup puluhan ribu titik pengisian daya di berbagai wilayah. Selain itu, VinFast tengah menyiapkan pembangunan fasilitas perakitan di Subang, Jawa Barat, dengan kapasitas produksi awal sekitar 50.000 unit per tahun. Upaya ini menunjukkan bahwa Indonesia dipandang sebagai salah satu pasar strategis sekaligus basis produksi utama bagi VinFast di kawasan Asia Tenggara.

Dukungan strategi harga yang kompetitif, fitur teknologi modern, mekanisme pembelian yang fleksibel, serta investasi besar dalam pembangunan infrastruktur menjadikan kehadiran VinFast sebagai salah satu momentum penting dalam perkembangan industri kendaraan listrik di Indonesia.

Secara korporasi, VinFast memiliki visi untuk “mendorong kemajuan revolusi kendaraan listrik pintar global” dan menjadi salah satu merek otomotif global terkemuka. Misinya adalah “menciptakan masa depan yang berkelanjutan untuk semua orang” melalui penyediaan produk berkualitas tinggi, layanan

berteknologi canggih, serta pengalaman pelanggan yang terintegrasi. VinFast berkomitmen menghadirkan desain inovatif, teknologi mutakhir, sistem manufaktur modern, serta strategi harga yang terjangkau sehingga kendaraan listrik dapat diakses oleh lebih banyak lapisan masyarakat dan mendorong percepatan adopsi kendaraan ramah lingkungan.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka terstruktur yang digunakan untuk memecahkan permasalahan penelitian serta memastikan bahwa hasil yang diperoleh dapat dipercaya melalui prosedur yang logis dan sistematis (Rahman et al., 2022). Selain itu, desain penelitian berfungsi sebagai pedoman yang mengatur seluruh tahapan mulai dari penyusunan teori, perumusan hipotesis, pemilihan subjek penelitian, proses pengumpulan data, hingga teknik analisis yang digunakan secara tepat dan dapat dipertanggungjawabkan (Jannah et al., 2023).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain *Conclusive Design*, yang dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Cross-Sectional Research*, karena pengumpulan data dilakukan satu kali pada waktu tertentu sesuai kondisi saat penelitian berlangsung. Data diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dalam kuesioner tersebut, responden diminta untuk memberikan penilaian menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

(Malhotra et al., 2019) menjelaskan bahwa populasi target adalah sekumpulan objek atau individu yang menjadi sumber informasi utama dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan diambil dari populasi tersebut. Populasi target penelitian ini adalah individu yang memiliki keinginan untuk membeli mobil listrik serta mengetahui keberadaan merek VinFast.

3.3.2 Sampling Frame

Sampling Frame ditentukan dari beberapa unsur kecil dari target populasi, dimana terdapat serangkaian petunjuk untuk mengidentifikasi target populasi. Pada penelitian ini, peneliti dapat melakukan screening terhadap para responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti usia, demografi, tenure, dan lainnya. Dalam penelitian ini peneliti telah menentukan kriteria, untuk memastikan bahwa seluruh responden telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan pada target populasi, dengan sampling frame sebagai berikut:

1. Pria & Wanita.
2. Individu berusia 21-40 tahun.
3. Berkeinginan membeli mobil listrik.
4. Mempertimbangkan Vinfast sebagai salah satu pilihannya.

3.3.3 Sampling Technique

(Malhotra et al., 2019) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dalam penelitian. Dalam teknik sampling terbagi atas 2 jenis, yaitu:

1. *Probability Sampling* merupakan sebuah proses pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi memiliki peluang tetap untuk menjadi sampel.
2. *Non-Probability Sampling* merupakan proses pengambilan sampel yang bergantung pada penilaian pribadi peneliti dibandingkan dengan proses pemilihan secara kebetulan. Pada *Non-Probability Sampling* juga terdapat 4 teknik sampling yaitu:
 - A. *Convenience Sampling*, merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas yang berusaha mengumpulkan sampel elemen yang tepat, peneliti memiliki tanggung jawab utama untuk memilih unit pengambilan sampel.

- B. *Judgemental Sampling*, merupakan metode pengambilan sampel yang mudah digunakan dimana komponen populasi secara sengaja dipilih berdasarkan penilaian peneliti.
- C. *Quota Sampling*, merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas yang melibatkan 2 tahap penilaian, yaitu pengembangan kategori kontrol atau kuota elemen populasi, yang kedua elemen sampel dipilih berdasarkan kemudahan atau penilaian.
- D. *Snowball Sampling*, merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas dengan pemilihan secara acak kelompok pesertanya, selanjutnya informasi yang diberikan kepada peserta awal digunakan untuk memilih peserta berikutnya. Proses seperti ini dapat dilakukan secara bertahap dengan mendapatkan referensi.

Penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode nya yaitu *Judgemental Sampling*, karena peneliti membatasi anggota sampel yang harus didasarkan pada beberapa kriteria yang sesuai, juga yang dianggap mampu untuk mewakili penelitian dari populasi.

3.3.4 Sample Size

Menurut (Malhotra et al., 2019) ukuran sampel adalah jumlah individu atau objek yang dipilih untuk mewakili populasi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan baik. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada jumlah indikator dalam instrumen penelitian. (Hair et al., 2019) merekomendasikan bahwa ukuran sampel minimal adalah lima kali jumlah indikator. Pada penelitian ini terdapat 21 indikator, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah $21 \times 5 = 105$ responden.

Maka dapat disimpulkan, penelitian ini akan mengambil total sampel sebanyak atau minimal 105 responden untuk menguji dan/atau membuktikan penelitian.

3.3.5 Prosedur Penyebaran Kuisisioner

Kuesioner dalam penelitian ini disebarkan menggunakan platform Google Form, baik secara online maupun offline. Metode ini dipilih karena dinilai efisien, mudah diakses, dan dapat mempercepat proses pengumpulan data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Melakukan studi pendahuluan dengan menghimpun literatur yang relevan, merancang model penelitian, dan menyusun hipotesis.
2. Menyusun kuesioner melalui Google Form menggunakan bahasa yang mudah dipahami agar responden dapat memberikan jawaban dengan tepat.
3. Melaksanakan *pre-test* kepada 30 responden yang memenuhi kriteria penelitian.
4. Menganalisis data *pre-test* menggunakan SPSS untuk menguji *validitas* dan *reliabilitas* instrumen. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilanjutkan ke tahap pengumpulan data utama.
5. Menyebarkan kuesioner (*main test*) kepada jumlah responden sesuai target penelitian.

Data yang diperoleh dari *main test* diolah dan dianalisis menggunakan SMART PLS.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Berikut merupakan rincian Tabel Operasionalisasi Variabel:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
1.	<i>Country Image</i>	Citra negara merupakan merek	Produk Vietnam dibuat dengan	PCI1	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
		suatu negara yang berkaitan dengan persepsi keseluruhan mengenai negara tersebut, termasuk elemen politik, ekonomi, sosial, lingkungan, sejarah, dan budaya. (Hsiao et al., 2015)	pengerjaan yang teliti. (Nugraha et al, 2024).		
			produk Vietnam merupakan produk yang tahan lama & awet. (Nugraha et al, 2024).	PCI2	
			Vinfast merupakan brand Vietnam membutuhkan perbaikan minimum. (Nugraha et al, 2024).	PCI3	
			Vinfast merupakan brand Vietnam mendistribusikan produk ke seluruh dunia. (Nugraha et al, 2024).	PCI4	
			Vinfast merupakan brand Vietnam memiliki layanan purna jual yang	PCI5	

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
			baik. (Nugraha et al, 2024).		
2.	<i>Brand Image</i>	Citra merek dapat digambarkan sebagai tanda yang tertanam di hati dan benak konsumen, yang menghasilkan makna serta perasaan yang spesifik. Oleh karena itu, merek tidak hanya sekedar logo, nama, symbol, merek dagang, atau identitas yang terasosiasi dengan suatu produk (Wijaya, 2011).	Mobil Vinfast memiliki design yang modern. (Nugraha et al, 2024).	BIW1	Likert 1-5
			Produk Vinfast menarik secara visual. (Nugraha et al, 2024).	BIW2	
			Produk Vinfast memiliki nilai yang bagus. (Nugraha et al, 2024).	BIW3	
			Produk Vinfast memiliki jaringan distribusi yang luas. (Nugraha et al, 2024).	BIW4	

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
			Produk Vinfast memiliki layanan purna jual yang baik. (Nugraha et al, 2024).	BIW5	
			Produk Vinfast memberikan rasa aman bagi konsumen. (Nugraha et al, 2024).	BIW6	
3.	<i>Warranty Knowledge</i>	Garansi produk berfungsi sebagai cara untuk meminimalkan kemungkinan resiko yang terkait dengan pembelian barang, terutama untuk para konsumen di asia yang biasanya	Saya tahu berapa lama masa garansi mobil Vinfast ini berlaku. (Nugraha et al, 2024).	OKG1	Likert 1-5
			Saya tahu apa saja yang termasuk dalam garansi	OKG2	

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
		lebih memilih untuk tidak mengambil resiko dan cenderung lebih peka terhadap kerugian. (Han & Kim, 2017).	<p>mobil Vinfast. (Nugraha et al, 2024).</p> <p>Saya tahu syarat dan ketentuan garansi mobil Vinfast. (Nugraha et al, 2024).</p> <p>Saya tahu bagaimana cara klaim garansi mobil Vinfast. (Nugraha et al, 2024).</p> <p>Saya tahu batasan atau pengecualian dalam garansi mobil vinfast. (Nugraha et al, 2024).</p>	<p></p> <p>OKG3</p> <p>OKG4</p> <p>OKG5</p>	

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
4.	<i>Purchase Intention</i>	Niat pembelian adalah faktor kunci yang menilai kemungkinan tindakan yang akan diambil oleh konsumen. Dengan mengetahui niat beli konsumen perusahaan dapat memperoleh wawasan tentang pasar dan mengadaptasi produk atau layanan yang disediakan, sehingga dapat membantu mereka meraih lebih banyak transaksi dan mendapatkan laba (Agmeka et al., 2019).	Saya berniat membeli mobil merek Vinfast ini di masa depan. (Nugraha et al, 2024).	PIN1	Likert 1-5
			Saya mempunyai keinginan untuk membeli mobil Vinfast dibanding merek lain. (Suhud, 2022)	PIN2	
			Saya akan memprioritaskan merek Vinfast saat membeli mobil. (Suhud, 2022)	PIN3	
			Saya bersedia memesan terlebih dahulu mobil merek Vinfast. (Nugraha et al, 2024).	PIN4	

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pertanyaan	Kode Indikator	Skala
			Saya bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli mobil Vinfast. (Nugraha et al, 2024).	PIN5	

Sumber : Oleh Peneliti (2025)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji *Validitas* dan *Reliabilitas*

(Malhotra et al., 2019) menjelaskan bahwa tahap awal dalam proses analisis data mencakup pengolahan data penelitian untuk menghasilkan ringkasan data yang lebih terstruktur. Selain itu, peneliti melakukan analisis faktor untuk mengevaluasi apakah indikator yang digunakan mampu merepresentasikan variabel-variabel yang diteliti. Proses ini berperan penting dalam menentukan tingkat *validitas* data serta menilai apakah data tersebut dapat dianggap andal, sekaligus membantu memisahkan variabel yang tidak relevan dalam penelitian.

Dalam analisis data *pre-test*, terdapat dua jenis pengujian, yaitu:

1. Uji *Validitas*

(Malhotra et al., 2019) menyebutkan bahwa pengujian validitas berfungsi sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana skor yang diperoleh mampu mencerminkan perbedaan yang relevan

pada karakteristik objek yang diukur. Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu item, penilaian dilakukan melalui berbagai indikator yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, uji *validitas* dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics dengan mengikuti serangkaian kriteria pengujian tertentu untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

Tabel 3.2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Ketentuan Valid
1.	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	$KMO \geq 0,5$
2.	Barlett's Test of Spheri	$Sig. < 0,05$
3.	Anti Image Correlation Matrix	$MSA \geq 0,5$
4.	Factor Loading of Component Matrix	Factor Loading $> 0,5$

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Malhotra et al., 2019) pengujian *reliabilitas* digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan secara berulang pada kondisi yang sama. Umumnya, pengujian ini dilihat melalui nilai *Cronbach's Alpha*. (Hair et al., 2019) menjelaskan bahwa nilai alpha antara 0,60 hingga 0,70 merupakan batas minimum yang masih dapat diterima untuk menunjukkan tingkat *reliabilitas* yang memadai.

3.7 Analisis Data Penelitian

Pada tahap analisis data, penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut (Malhotra et al., 2019), SEM merupakan metode analisis yang mampu mengukur performa setiap dimensi

dan menilai hubungan antar variabel dalam satu model yang terintegrasi. Metode ini memberikan hasil yang akurat dan efisien dengan memanfaatkan serangkaian persamaan regresi ganda yang dihitung secara bersamaan serta saling berkaitan (Hair et al., 2019).

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur statistik yang dilakukan untuk menilai kebenaran suatu dugaan atau pernyataan mengenai populasi berdasarkan data sampel. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah hubungan atau perbedaan yang ditemukan dalam sampel benar-benar mencerminkan kondisi populasi secara signifikan. (Hair et al., 2019) menyatakan bahwa signifikansi hipotesis dapat dievaluasi melalui dua indikator utama, yaitu *t-statistic* dan *p-value*.

3.8.1 T-Statistic

T-statistic digunakan untuk menentukan apakah pengaruh atau hubungan yang terlihat dalam hasil analisis bukan terjadi karena faktor kebetulan. Sebuah hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,645 untuk pengujian satu arah, atau lebih besar dari 1,96 untuk pengujian dua arah.

3.8.2 P-Value

P-value adalah nilai yang menunjukkan tingkat probabilitas terjadinya kesalahan ketika peneliti menolak hipotesis nol. Pada tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, hasil pengujian dianggap signifikan apabila *p-value* kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian memiliki dukungan statistik yang kuat dan kecil kemungkinan terjadi secara kebetulan.