

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui gambaran profil konsumen yang memutuskan membeli dan menggunakan mobil listrik dengan merek Wuling Air EV yang ada di Kota Bandung. Berbagai keuntungan yang ditawarkan mobil listrik dibandingkan mobil manual memang menunjukkan penjualan mobil listrik merek ini meningkat setiap tahunnya. Perilaku pembelian hingga penggunaan mobil listrik di segmen konsumen yang dipilihkan menggunakan metode Peta Empati melalui wawancara untuk mendapatkan informasi melalui perspektif konsumen tersebut. Analisis deskriptif digunakan melalui indikator-indikator dalam metode Peta Empati menjelaskan bahwa segmen ini adalah mereka yang aktif, lincah, dan pintar dalam merencanakan biaya operasional perjalanan dengan kendaraan pribadi mereka, waktu tempuh, dan kemudahan selama penggunaan. Artikel ilmiah ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk aksi berikutnya bagi para pemilik merek kendaraan listrik dan pemerintah yang ingin mendorong lebih banyak penggunaan mobil listrik yang ramah lingkungan.

Kata kunci : Profil Konsumen, Perilaku Konsumen, Peta Empati