SUSTAINABLE DRIVE: ENVIRONMENTAL AWARENESS AND KNOWLEDGE'S IMPACT ON ELECTRIC VEHICLE PURCHASING INTENTIONS AMONG GEN Z, MEDIATED BY ATTITUDE TOWARDS GREEN PRODUCTS

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

ASRI AMELIA KARTIKA
NIM. B1021211063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SUSTAINABLE DRIVE: ENVIRONMENTAL AWARENESS AND KNOWLEDGE'S IMPACT ON ELECTRIC VEHICLE PURCHASING INTENTIONS AMONG GEN Z, MEDIATED BY ATTITUDE TOWARDS GREEN PRODUCTS

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

ASRI AMELIA KARTIKA
NIM. B1021211063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Asri Amelia Kartika
NIM	: B1021211063
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen Reguler A
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Karya Akhir	: *Sustainable Drive: Environmental Awareness and Knowledge's Impact on Electric Vehicle Purchasing Intentions among Gen Z, Mediated by Attitude towards Green Products.*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Karya Akhir dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 10 Januari 2025



Asri Amelia Kartika

NIM. B1021211063

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Asri Amelia Kartika
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen Reguler A
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

Judul Karya Akhir :

Sustainable Drive: Environmental Awareness and Knowledge's Impact on Electric Vehicle Purchasing Intentions among Gen Z, Mediated by Attitude towards Green Products.

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 10 Januari 2025



Asri Amelia Kartika
NIM. B1021211063

LEMBAR YURIDIS

SUSTAINABLE DRIVE: ENVIRONMENTAL AWARENESS AND KNOWLEDGE'S IMPACT ON ELECTRIC VEHICLE PURCHASING INTENTIONS AMONG GEN Z, MEDIATED BY ATTITUDE TOWARDS GREEN PRODUCTS.

Penanggung jawab Yuridis

Asri Amelia Kartika
B1021211063

Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. NIP. 197509212000032005	15/1/2025	
Pembimbing 2	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. NIP. 197407251998022001	15/1/2025	
Penguji 1	Dr. Barkah, S.E., M.Si. NIP. 196502201990032004	15/1/2025	
Penguji 2	Ana Fitriana, S.E., M.M. NIP. 198506182019032011	20/1/2025	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program MBKM Riset dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 24 JAN 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulliah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **"*Sustainable Drive: Environmental Awareness and Knowledge's Impact on Electric Vehicle Purchasing Intentions among Gen Z, Mediated by Attitude towards Green Products*"** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada Ayah dan Ibu tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dan Dosen Penguji MBKM Riset yang telah memberikan masukan dan pertanyaan yang membangun selama sidang karya akhir ini.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen, dan Ibu Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UniversitasTanjungpura.
4. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Dr. Erna Listiana., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan di MBKM Riset yang telah memberikan bimbingan dan nasehat selama proses pembelajaran serta telah sabar memberikan waktu, tenaga dan motivasi selama proses penyusunan karya akhir ini.
6. Prof. Dr. Ramadania., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan bimbingan dan nasehat selama pengerjaan karya akhir ini.
7. Ana Fitriana., S.E., M.M. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan kritis yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya akhir ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan berlangsung.
9. Staf Akademik, Tata Usaha dan Tenaga Kependidikan lainnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan karya ini.
10. Kepada keluarga tercinta, Ayah, Ibu, Kakak dan Abang atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti selama penulisan karya ini.

11. Kepada seseorang yang istimewa, yang selalu sedia menemani, memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, dan menjadi bagian penting dalam perjalanan penulisan karya ini.
12. Kepada rekan-rekan penulis yakni Dheanisa Tri Riztika dan Marie Anne Ester Penampe yang telah menjadi rekan seperjuangan semasa kuliah, serta membersamai setiap proses belajar dan tantangan selama perjalanan penulisan karya akhir ini.
13. Semua pihak yang selalu memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa dituliskan satu per satu.

Pontianak, 10 Januari 2025



Asri Amelia Kartika
NIM. B1021211063

Sustainable Drive: Environmental Awareness and Knowledge's Impact on Electric Vehicle Purchasing Intentions among Gen Z, Mediated by Attitude towards Green Products

Asri Amelia Kartika

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh *environmental awareness* dan *knowledge* terhadap niat Generasi Z untuk membeli mobil listrik di Indonesia, dengan mempertimbangkan peran *attitude towards green products* sebagai variabel intervening. Penelitian menggunakan desain asosiatif dengan *purposive sampling*, penelitian ini melibatkan 202 responden Generasi Z di Indonesia, dianalisis melalui *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *Smart PLS 4*. Penelitian ini menguji bagaimana *environmental awareness* dan *knowledge* mempengaruhi niat untuk membeli kendaraan listrik, yang dimediasi oleh *attitude towards green products.* Hasil menunjukkan bahwa, dari tujuh hipotesis yang diuji, satu hipotesis (*Environmental Knowledge* secara positif mempengaruhi *Green Purchase Intention* dengan *attitude towards green products* sebagai mediator) memiliki nilai-p sebesar 0,146, yang lebih besar dari 0,05, yang mengarah pada penolakan hipotesis 7. Maka, enam hipotesis yang tersisa diterima. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat Generasi Z untuk membeli kendaraan listrik dan mendukung strategi pemasaran transportasi berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci: *Environmental Awareness, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Products, Green Purchase Intention*

Sustainable Drive: Environmental Awareness and Knowledge's Impact on Electric Vehicle Purchasing Intentions among Gen Z, Mediated by Attitude towards Green Products

Asri Amelia Kartika

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

This research explores the influence of environmental awareness and knowledge on Generation Z's intention to purchase electric cars in Indonesia, considering the role of attitude towards green products as an intervening variable. Using an associative research design with purposive sampling, the study involved 202 Generation Z respondents in Indonesia, analyzed through Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS 4. The research examines how environmental awareness and knowledge affect the intention to buy electric vehicles, mediated by attitude towards green products. Results indicate that, of the seven hypotheses tested, one hypothesis (Environmental Knowledge positively influences green purchase intention with attitude towards green product as a mediator) had a p-value of 0.146, which is greater than 0.05, leading to the rejection of hypothesis7. The remaining six hypotheses were accepted. This research contributes to economic growth by identifying factors influencing Generation Z's intention to purchase electric vehicles and supports marketing strategies for sustainable transportation in Indonesia.

Keywords: *Environmental Awareness, Environmental Knowledge, Attitude Towards Green Products, Green Purchase Intention*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Sustainable Drive: Environmental Awareness and Knowledge's Impact on Electric Vehicle Purchasing Intentions among Gen Z, Mediated by Attitude towards Green Products

1. Latar Belakang

Polusi udara di Indonesia semakin meningkat akibat bertambahnya jumlah kendaraan dan perubahan iklim yang tak terhindarkan (Samuel & Widjaja, 2023). Kendaraan konvensional menjadi penyumbang utama emisi karbon dan penggunaan bahan bakar fosil (Samuel & Widjaja, 2023), sedangkan kendaraan listrik dapat menjadi solusi untuk mengurangi polusi tersebut (Aziz et al., 2020). Generasi Z memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan dan isu lingkungan (S. Anggraini et al., 2024). Mereka dapat berkontribusi dalam upaya global untuk melindungi lingkungan dan memastikan kelestarian sumber daya alam di masa depan (Witek & Kuźniar, 2021). Kesadaran lingkungan sangat penting untuk mengatasi dampak buruk terhadap ekosistem dan kesehatan manusia (Manucom et al., 2023), serta menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian produk ramah lingkungan (Listiana & Fakhri, 2020). Kendaraan listrik dianggap sebagai pilihan transportasi bersih untuk mengurangi dampak perubahan iklim (Hamzah & Tanwir, 2021). Sikap positif terhadap kendaraan listrik dapat mendorong mereka untuk beralih ke produk ramah lingkungan (Samuel & Widjaja, 2023).

2. Permasalahan

Merujuk pada latar belakang masalah, peneliti berusaha menjawab isu rendahnya adopsi kendaraan listrik di kalangan Generasi Z di Indonesia, sehingga dapat dibuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

- **a.** Apakah *environmental awareness* memiliki pengaruh positif terhadap attitude toward green products di kalangan Generasi Z di Indonesia?
- **b.** Apakah *environmental knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward green products* di kalangan Generasi Z di Indonesia?
- **c.** Apakah *attitude toward green products* memiliki pengaruh positif terhadap *green purchase intention* di kalangan Generasi Z di Indonesia?
- **d.** Apakah *environmental awareness* memiliki pengaruh positif terhadap *green purchase intention* di kalangan Generasi Z di Indonesia?

e. Apakah *environmental knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap *green purchase intention* di kalangan Generasi Z di Indonesia?

f. Apakah *environmental awareness* memengaruhi *green purchase intention* dengan *attitude toward green products* sebagai mediator di kalangan Generasi Z di Indonesia?

g. Apakah *environmental knowledge memengaruhi green purchase intention* dengan *attitude toward green products* sebagai mediator di kalangan Generasi Z di Indonesia?

3. Tujuan Penelitian

a. Untuk menganalisis pengaruh *environmental awareness* terhadap *attitude toward green products* di kalangan Generasi Z di Indonesia.

b. Untuk menganalisis pengaruh *environmental knowledge* terhadap *attitude toward green products* di kalangan Generasi Z di Indonesia.

c. Untuk menganalisis pengaruh *attitude toward green products* terhadap *green purchase intention* di kalangan Generasi Z di Indonesia.

d. Untuk menganalisis pengaruh *environmental awareness* terhadap *green purchase intention* di kalangan Generasi Z di Indonesia.

e. Untuk menganalisis pengaruh *environmental knowledge* terhadap *green purchase intention* di kalangan Generasi Z di Indonesia.

f. Untuk menilai pengaruh *environmental awareness* terhadap *green purchase intention* dengan *attitude toward green products* sebagai mediator di kalangan Generasi Z di Indonesia.

g. Untuk menilai pengaruh *environmental knowledge* terhadap *green purchase intention* dengan *attitude toward green products* sebagai mediator di kalangan Generasi Z di Indonesia.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal yang dilakukan di Indonesia, menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5. Populasi penelitian ini terdiri dari warga negara Indonesia dari Generasi Z, dengan jumlah sampel sebanyak 202 peserta survei. Strategi pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*, dengan kriteria: 1) Usia 18-27 tahun dan tinggal di Indonesia, 2) Bekerja dan berpenghasilan, 3) Memiliki pengetahuan tentang kendaraan listrik. Data

yang diperoleh akan dianalisis menggunakan SEM dengan bantuan perangkat lunak Smart PLS 4.

5. Hasil Penelitian

a. *Environmental Awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude toward green products* dengan rata-rata sampel 0.440 dan *p-value* 0.000.

b. *Environmental Awareness* memengaruhi *green purchase intention* dengan rata-rata sampel 0.164 dan *p-value* 0.048.

c. *Environmental Knowledge* berpengaruh positif terhadap *attitude toward green products* dengan rata-rata sampel 0.157 dan *p-value* 0.042.

d. *Environmental Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention* dengan rata-rata sampel 0.186 dan *p-value* 0.020.

e. *Attitude toward green products* berpengaruh positif terhadap *green purchase intention* dengan rata-rata sampel 0.219 dan *p-value* 0.024.

f. *Attitude toward green products* juga menjadi mediator antara *Environmental Awareness* dan *green purchase intention* dengan rata-rata sampel 0.094 dan nilai signifikansi 0.026

g. Namun, interaksi antara *environmental knowledge* dan *green purchase intention* tidak melibatkan *attitude toward green products* sebagai mediator. Rata-rata sampel 0.037 dan p-value 0.146 menunjukkan efek mediasi yang tidak signifikan, yang mengarah pada penolakan hipotesis mengenai mediasi.

6. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran dan pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap sikap terhadap produk ramah lingkungan serta niat beli kendaraan listrik di kalangan Generasi Z di Indonesia. Sikap positif terhadap produk ramah lingkungan dapat memperkuat niat beli kendaraan listrik, sementara pengetahuan dan kesadaran lingkungan berfungsi sebagai pendorong utama dalam keputusan pembelian.

b. Saran

Dari perspektif praktis, penelitian ini menyarankan agar perusahaan otomotif dan pemangku kepentingan fokus pada peningkatan kesadaran dan pengetahuan lingkungan di kalangan Generasi dan memberikan informasi yang jelas tentang manfaat lingkungan dari kendaraan listrik .

DAFTAR ISI

Halaman
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
1. *INTRODUCTION* 2007
2. *LITERATURE REVIEW* 2008
2.1. *Environmental Awareness* 2008
2.2 *Environmental Knowledge* 2009
2.3. *Attitude Towards Green Products* 2009
2.4. *Attitude towards Green Products as a mediator* 2009
2.5 *Green Purchase Intention* 2010
3. *METHOD* 2010
4. *RESULT AND DISCUSSION* 2012
4.1. *Respondent Characteristics* 2012
5. *HYPOTHESES TEST* 2015
a.*Direct Effect* 2015
b.*Indirect Effect* 2015
6. *DISCUSSION* 2016
a.*Direct Effect* 2016
b.*Indirect Effect* 2017
7. *CONCLUSION* 2017
References 2018
LAMPIRAN