ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI MOBIL LISTRIK: *ATTITUDE, NEW ECOLOGICAL PARADIGM*, MANFAAT EKONOMI, PENGARUH SOSIAL, DAN *CHARGING INFRASTRUCTURE*

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Theresa Putri Yunita baras
NIM. B1021211106

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI MOBIL LISTRIK: *ATTITUDE, NEW ECOLOGICAL PARADIGM*, MANFAAT EKONOMI, PENGARUH SOSIAL, DAN *CHARGING INFRASTRUCTURE*

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Theresa Putri Yunita Baras
NIM. B1021211106

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Theresa Putri Yunita Baras
NIM	: B1021211106
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Reguler A
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Karya Akhir	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Mobil Listrik: *Attitude, New Ecological Paradigm*, Manfaat Ekonomi, Pengaruh Sosial, dan *Charging Infrastructure*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya akhir dengan judul tersebut diatas, 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 diatas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 2 Juli 2025



Theresa Putri Yunita Baras
NIM.B1021211029

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

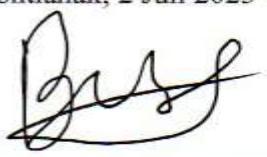
Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Theresa Putri Yunita Baras
NIM	: B1021211106
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Reguler A
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 2 Juli 2025

Judul Karya Akhir : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Mobil Listrik: *Attitude, New Ecological Paradigm*, Manfaat Ekonomi, Pengaruh Sosial, Dan *Charging Infrastructure*

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

Pontianak, 2 Juli 2025



Theresa Putri Yunita Baras
NIM.B1021211106

LEMBAR YURIDIS

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MEMBELI MOBIL LISTRIK: *ATTITUDE, NEW ECOLOGICAL PARADIGM*, MANFAAT EKONOMI, PENGARUH SOSIAL, DAN *CHARGING INFRASTRUCTURE*

Penanggung jawab Yuridis

Theresa Putri Yunita Baras
B1021211106

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 2 Juli 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si. NIP. 197506081998021001	24/07/25	
Pembimbing 2	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. NIP. 198502072006042001	24/07/25	
Penguji 1	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. NIP. 197509212000032005	25/07/25	
Penguji 2	Ana Fitriana, S.E., M.M. NIP. 198506182019030201 1	29/07/25	

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

Pontianak, 29 JUL 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

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

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan kita Yesus Kristus, atas limpahan rahmat, kasih karunia, dan petunjuk-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Hanya karena kasih serta penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini dengan judul ***"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Mobil Listrik: Attitude, New Ecological Paradigm,* Manfaat Ekonomi, Pengaruh Sosial, Dan *Charging Infrastructure"*** dengan sebaik-baiknya. Karya akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura Pontianak. Dengan penuh cinta dan hormat, karya akhir ini penulis persembahkan kepada Orang tua, saudara dan saudari penulis, yang selalu menjadi sumber doa, inspirasi, dan semangat kepada Penulis sehingga mampu menyelesaikan perjalanan akademik ini.

Dalam proses penyusunan karya ini, penulis menyadari bahwa hasil yang dicapai tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., ph.D. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Ibu Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. Selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak sekaligus dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan dan nasehat yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan artikel dan Karya Akhir ini.
5. Bapak Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Bapak Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan berbagai permasalahan akademik sejak semester pertama hingga penulis menyelesaikan studi ini.
7. Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. selaku dosen penguji yang memberikan saran dalam penyelesaian Karya Akhir ini.
8. Ibu Ana Fitriana, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang memberikan saran dalam penyelesaian Karya Akhir ini.
9. Seluruh jajaran Dosen pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

10. Bapak Yohanes dan Ibu Kristina Sanden selaku orang tua yang sangat dikasihi dan dicintai penulis, orang tua terhebat yang telah memberikan dukungan tanpa batas, doa dan kasih sayang yang tulus yang tak terhingga kepada penulis. Keberhasilan Karya Akhir ini juga tidak terlepas dari jerih payah dan doa papa dan mama. Yang menghantarkan penulis mencapai keberhasilan dalam proses Penyelesaian Studi dan Karya Akhir ini. Tanpa kalian, pencapaian ini tidak akan memiliki makna seperti sekarang. Semoga Karya Akhir ini dapat menjadi bentuk penghargaan kecil penulis sebagai peran terkasih, terindah serta penyemangat hidup penulis.
11. Adik-adik penulis, Civa, Tores dan Prianto yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan Karya Akhir ini.
12. Bapak Sotorman selaku paman penulis yang selalu memberikan nasehat, doa dan dukungan, dan selalu memberikan motivasi untuk penulis.
13. Seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, serta dukungan yang penuh kasih. Setiap langkah dalam menyelesaikan Karya Akhir ini adalah buah dari doa yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis.
14. Kakak sepupu sekaligus sahabat penulis, Naya yang selalu membersamai, menemani, mendukung penulis mulai dari awal perkuliahan sampai dengan penulisan karya akhir ini.
15. Sahabat terkasih penulis Selvia Fani, Sinthia Dewi, Majesty Theodora Manurung, Azalia Meliani, Sisilia, dan Halisa Dukungan, motivasi, tawa, dan kebersamaan yang kalian berikan telah memperkuat semangat penulis dalam menghadapi setiap tantangan.
16. Rekan pejuang riset Tesa Lonika, Weni Trisnawati, Astrella Calista Putri Raharjo, Chery Adinda, Syarifah Siti Wartini, Priska Riafionla Ivana, Dela Amiarti, dan Sasqia yang berjuang bersama-sama dari awal hingga selesainya proses penulisan Karya Akhir ini.
17. Seluruh Teman-teman angkatan 2021 terkusus teman-teman konsentrasi pemasaran yang telah menjadi bagian penting dan berarti dalam perjalanan perkuliahan penulis, dari awal perkuliahan hingga selesainya perkuliahan ini.
18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Karya Akhir ini.

Pontianak, 2 Juli 2025

Theresa Putri Yunita Baras
NIM.B1021211106

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Mobil Listrik: *Attitude, New Ecological Paradigm*, Manfaat Ekonomi, Pengaruh Sosial, Dan *Charging Infrastructure*

Theresa Putri Yunita Baras
B1021211106

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan niat membeli mobil listrik di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 205 responden yang terdiri dari individu yang sudah bekerja, memiliki pendapatan tetap, serta memiliki pengetahuan mengenai produk ramah lingkungan dan mobil listrik. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling, yaitu purposive sampling. Data dikumpulkan melalui survey online menggunakan kuesioner yang didistribusikan melalui media sosial, dengan skala likert sebagai alat ukur. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak Smart-PLS Versi 4.0. Hasil penelitian ini menemukan bahwa new ecological paradigm (NEP), manfaat ekonomi, pengaruh sosial, dan charging infrastructure berpengaruh positif terhadap sikap dan niat membeli mobil listrik di Indonesia. Para Pemangku kepentingan perlu memperluas infrastruktur pengisian daya, menawarkan insentif ekonomi, dan meningkatkan kesadaran lingkungan melalui edukasi publik dan strategi pemasaran yang melibatkan influencer.

Kata kunci: *New Ecological Paradigm*, Pengaruh Sosial, Manfaat Ekonomi, *Charging Infrastructure*, Niat Membeli.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Mobil Listrik: *Attitude, New Ecological Paradigm*, Manfaat Ekonomi, Pengaruh Sosial, Dan *Charging Infrastructure*

Theresa Putri Yunita Baras
B102121110

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

ABSTRACT

This study analyzes the factors influencing attitudes and purchase intentions of Indonesian electric cars. The data used in this study are primary data with a quantitative descriptive approach. The research sample comprised 205 respondents, consisting of employed individuals with a fixed income who knew about environmentally friendly products and electric cars. The sample strategy employed purposive sampling, a non-probability sampling methodology. A Likert scale was adopted as a measuring tool in an online survey that employed a questionnaire disseminated over social media to gather data. Using Smart-PLS Version 4.0 software, the data analysis method applied Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). This study found that the new ecological paradigm (NEP), economic benefits, social influence, and charging infrastructure positively affect attitudes and intentions to buy electric cars in Indonesia. The stakeholders need to expand charging infrastructure, offer economic incentives, and increase environmental awareness through public education and marketing strategies involving influencers.

Keywords: *New Ecological Paradigm, Social Influence, Economic Benefit, Charging Infrastructure, Purchase Intention.*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Mobil Listrik: *Attitude, New Ecological Paradigm*, Manfaat Ekonomi, Pengaruh Sosial, Dan *Charging Infrastructure*

1. Latar Belakang

Emisi karbon di dunia semakin meningkat, perlu diambil tindakan perlindungan lingkungan untuk memastikan supaya lingkungan tidak akan memburuk. Penyumbang utama dalam pemanasan global adalah dari pembakaran bahan bakar fosil dan jika diperiksa, dapat mengakibatkan bencana perubahan iklim. Indonesia menjadi negara dengan polusi udara tertinggi di Asia Tenggara dengan konsentrasi tahunan partikel halus atau PM 2,5 mencapai 71,7 mikrogram per meter kubik, tingkatan ini sangat tinggi dan bisa berdampak negatif pada kesehatan masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk tindakan perlindungan lingkungan adalah dengan mempromosikan adopsi kendaraan listrik. Mobil listrik menjadi tren global yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, sebagai alternatif transportasi ramah lingkungan sebagai pengganti kendaraan konvensional berbahan bakar fosil. Kendaraan listrik ini muncul sebagai solusi untuk mengurangi emisi dan konsumsi energi di sektor transportasi. Terlepas dari kebutuhan baterai tahan lama yang mengandung mineral langka yang diekstraksi dari bumi, mobil listrik terbukti sangat efisien dalam mengurangi polusi dibandingkan dengan kendaraan konvensional yang mengandalkan bahan bakar fosil.

Menurut data penjualan dalam dua tahun terakhir, mobil listrik menunjukan peningkatan, dengan tingkat presentasi pasar di Indonesia mencapai 65,2% sejak tahun 2022. Pada November 2022, penjualan mobil listrik di Indonesia mencapai 10.689 unit, dan meningkat menjadi 51.831 unit pada Desember 2023. Meskipun demikian, pemerintah indonesia terus berupaya meningkatkan penjualan mobil dengan menetapkan target sebesar 2 juta unit pada tahun 2030. Kendaraan listrik menjadi alternatif ramah lingkungan yang semakin populer dibandingkan kendaraan berbahan bakar bensin karena emisi karbon yang nol. Dibandingkan dengan mobil konvensional, mobil listrik jauh lebih efisien, menghasilkan sedikit polusi dan memiliki tingkat kebisingan yang lebih rendah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel *new ecological paradigm*, manfaat ekonomi yang dirasakan, pengaruh sosial dan *charging infrastructure* dalam kontek adopsi mobil listrik dan mengembangkan model konseptual serta memberikan informasi yang komprehensif tentang faktor yang mempengaruhi sikap dan niat membeli mobil di Indonesia. Dan diharapkan dapat membantu pemangku kepentingan dalam

mengembangkan strategi pemasaran dan kebijakan yang dirancang untuk mempopulerkan mobil listrik dalam rangka mengurangi emisi karbon dari transportasi.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat disampaikan rumusan masalah sebagai berikut :

1) Apakah *New Ecological Paradigm* memiliki pengaruh positif terhadap niat membeli mobil listrik di Indonesia?
2) Apakah Manfaat ekonomi yang dirasakan secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil Listrik di Indonesia?
3) Apakah Pengaruh sosial secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil Listrik di Indonesia?
4) Apakah *Charging Infrastructure* secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil Listrik di Indonesia?
5) Apakah Sikap positif mempengaruhi niat membeli konsumen terhadap mobil Listrik di Indonesia?
6) Apakah Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat membeli mobil listrik melalui sikap konsumen?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat disampaikan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *New Ecological Paradigm* terhadap niat membeli mobil listrik di Indonesia.
2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Manfaat ekonomi yang dirasakan terhadap sikap konsumen terhadap mobil Listrik di Indonesia.
3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sosial terhadap sikap konsumen terhadap mobil listrikk di Indonesia.
4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *charging infrastructure* terhadap sikap konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia.
5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap positif terhadap niat membeli konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia.
6) Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi sikap konsumen dalam hubungan antar pengaruh sosial dan niat membeli mobil listrik di Indonesia.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui survey online dengan kuesioner, dan jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Kuesioner terdiri dari dua bagian: bagian A berisi biodata responden, seperti nama, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan; sementara bagian B mencakup pertanyaan terkait variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan skala likert lima poin, dengan nilai (1) untuk "sangat tidak setuju" dan nilai (5) untuk "sangat setuju." Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang tinggal di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden yang meliputi individu yang bekerja, memiliki pendapatan tetap serta memiliki pengetahuan tentang produk ramah lingkungan dan mobil listrik. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 205 responden. Dasar penentuan ukuran sampel merujuk pada ferdinand (2014), yang merekomendasikan minimal 25 kali jumlah variabel bebas. Dengan empat variabel bebas, jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak smart-PLS versi 4.0.

5. Hasil Penelitian
   1) Diperoleh nilai koefisien sebesar 0,229, T-statistik 2,485, dan P-value 0,013 untuk *new ecological paradigm* (NEP) terhadap niat membeli (PI). Artinya hipotesis pertama mengenai *new ecological paradigm* (NEP) berpengaruh posistif terhadap niat membeli.
   2) Diperoleh nilai koefisien 0,382, T-statistik 4,115, dan P-value 0,000, untuk manfaat ekonomi (PEB) terhadap sikap (ATT). Artinya hipotesis kedua mengenai manfaat ekonomi (PEB) berpengaruh posistif terhadap sikap (ATT).
   3) Diperoleh nilai koefisien 0,299, T-statistik 3,664, dan P-value 0,000, untuk Pengaruh sosial (SI) terhadap sikap (ATT). Artinya hipotesis ketiga mengenai pengaruh sosial (SI) berpengaruh posistif terhadap sikap (ATT).
   4) Diperoleh nilai koefisien 0,295, T-statistik 3,518, dan P-value 0,000, untuk *Charging infrastructure* (CI) terhadap sikap (ATT). Artinya hipotesis keempat mengenai *Charging infrastructure* (CI) berpengaruh posistif terhadap sikap (ATT).
   5) Diperoleh nilai koefisien 0,670, T-statistik 7,273, dan P-value 0,000, untuk Sikap (ATT) terhadap Niat Membeli (PI). Artinya hipotesis kelima mengenai Sikap (ATT) positif berpengaruh terhadap Niat Membeli (PI).
   6) Diperoleh nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,200, T-statistik 3,023, dan P-value 0,003, untuk sikap (ATT) berfungsi sebagai mediasi positif dalam pengaruh sosial (SI) terhadap Niat Membeli (PI). Artinya hipotesis keenam mengenai sikap (ATT) berfungsi sebagai mediasi positif dalam pengaruh sosial (SI) terhadap niat membeli (PI).

6. Diskusi

Berdasarkan hasil pengolahan data, menunjukan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Yang menyatakan bhawa new ecological paradigm berpengaruh positif terhadap niat membeli mobil listrik di Indonesia. Hasil pengujian hipotesis 1 ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lee, 2017), yang menyatakan bahwa dampak utama yang signifikan dari NEP terhadap niat pembelian hijau ditemukan di Tiongkok. Dengan hasil penelitian ini menunjukan bahwa orang yang lebih peduli terhadap lingkungan kemungkinan besar memiliki niat yang lebih kuat untuk membeli mobil listrik sebagai solusi terhadap masalah lingkungan.

Pada hasil pengujian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa manfaat ekonomi yang dirasakan secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil listrik. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jayasingh et al., 2021). Hipotesis kedua ini menemukan bahwa persepsi terhadap manfaat ekonomi secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil listrik.

Selanjutnya hipotesis ketiga diterima, yang menyatakan bahwa pengaruh sosial secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia. Hasil pengujian hipotesis ketiga ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jayasingh et al., 2021). Tren dan tanggung jawab lingkungan di indonesia erat dengan pandangan positif dari masyarakat yang menghargai mobil listrik.

Hipotesis keempat diterima, yang menyatakan bahwa charging infrastructure secara positif mempengaruhi sikap konsumen terhadap mobil listrik. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jayasingh et al., 2021). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ketersedian charging infrastructure menjadi salah satu faktor yang penting dalam mengubah sikap konsumen dalam mengambil keputusan untuk beralih pada teknologi mobil listrik.

Teori Perilaku Terencana (TPB) dan Teori Aksi Beralasan (TRA) menegaskan bahwa niat untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks ini, sikap merujuk pada evaluasi individu terhadap sejauh mana perilaku tertentu dianggap baik atau buruk. Sikap yang posistif terhadap suatu produk, seperti mobil listrik, mencerminkan keyakinan bahwa produk tersebut memiliki manfaat dan nilai positif yang signifikan. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ke-5, yaitu sikap posif mempengaruhi niat membeli konsumen terhadap mobil listrik di indonesia. Konsumen yang memiliki pandangan positif terhadap terhadap mobil listrik cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk membeli mobil listrik. Temuan ini selaras dengan prinsip TPB dan TRA, di mana sikap posistif sering kali menjadi prediktor yang kuat untuk niat membeli. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Jayasingh et al., 2021). Di Indonesia, pandangan posistif terhadap mobil listrik tidak hanya mencerminkan apresiasi terhadap teknologi dan manfaat ekonomi, tetapi juga kesadaran akan kontribusinya terhadap lingkungan. Dan yang terakhir adalah hipotesis ke enam, dimana H6 ini menguji pengaruh sosial terhadap niat membeli melalui sikap konsumen. H6 diterima, dengan hasil pengujian menemukan bahwa pengaruh sosial tidak hanya secara langsung mempengaruhi sikap, tetapi juga secara tidak langsung mempengaruhi niat membeli melalui sikap konsumen. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jayasingh et al., 2021), yang menyatakan bahwa sikap berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara pengaruh sosial dan niat membeli.

7. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa new ecological paradigm (NEP), manfaat ekonomi yang dirasakan, pengaruh sosial, dan charging Infrastructure memiliki pengaruh positif terhadap sikap dan niat membeli mobil listrik di Indonesia. NEP memiliki pengaruh positif terhadap niat beli, mengindikasikan bahwa individu yang peduli terhadap lingkungan cenderung memiliki niat lebih besar untuk beralih ke mobil listrik sebagai upaya menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu, manfaat ekonomi yang dirasakan, seperti penghematan biaya operasional dan insentif dari pemerintah, terbukti meningkatkan sikap positif konsumen terhadap mobil listrik, yang pada akhirnya memperkuat niat beli. Pengaruh sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk sikap positif konsumen terhadap mobil listrik, di mana dukungan dari keluarga, teman, atau lingkungan sosial dapat meningkatkan keyakinan konsumen untuk beralih ke teknologi ramah lingkungan ini. Charging infrastructure yang memadai terbukti menjadi faktor kunci dalam membentuk sikap positif konsumen. Ketersediaan stasiun pengisian yang luas dan mudah diakses mampu mengurangi kekhawatiran konsumen terkait jarak tempuh dan kenyamanan pengisian daya, yang pada gilirannya meningkatkan niat beli mobil listrik. Sikap positif terhadap mobil listrik menjadi prediktor terhadap niat beli konsumen. Konsumen yang memiliki sikap positif lebih mungkin untuk membeli mobil listrik. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap memediasi hubungan antara pengaruh sosial dan niat beli, di mana pengaruh sosial tidak hanya mempengaruhi sikap secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui pembentukan sikap positif. Temuan ini sejalan dengan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) dan Teori Aksi Beralasan (Theory of Reasoned Action), di mana sikap berperan sebagai mediasi yang penting dalam mempengaruhi niat pembelian . Sikap positif terhadap mobil listrik terbukti memperkuat niat konsumen untuk beralih ke kendaraan ramah lingkungan ini.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur dengan menguji new ecological paradigm dalam konteks mobil listrik di indonesia, dengan menambahkan variabel manfaat ekonomi, pengaruh sosial, dan charging infrastructure. Yang mana sebelumnya belum banyak dikaji dalam suatu model yang komprehensif. Dan dilihat dari sudut pandang praktis, penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pemerintah dan pelaku industri. Dengan peningkatan kesadaran lingkungan, pengembangan infrastruktur pengisian daya, serta memberikan insentif ekonomi yang menarik, seperti subsidi dan pengurangan pajak dapat menjadi strategi efektif untuk mendorong niat membeli konsumen terhadap mobil listrik. Selain itu penggunaan pengaruh sosial, termasuk keterlibatan influencer dalam kampanye pemasaran dapat mempercepat adopsi mobil listrik.

Kekurangan dalam penelitian ini yaitu sampel penelitian ini tidak mewakili seluruh populasi, hanya mencakup wilayah dengan infrastruktur yang baik, dan belum membahas faktor teknis dan performa kendaraan. Data dikumpulkan dalam periode terbatas, dan faktor lain seperti preferensi individu dan harga belum ditelitian.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT iii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iv
LEMBAR YURIDIS v
UCAPAN TERIMA KASIH vi
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
RINGKASAN KARYA AKHIR x
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
PENDAHULUAN 31
METODE PENELITIAN 35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
PEMBAHASAN 41
KESIMPULAN 42
SARAN 43
UCAPAN TERIMA KASIH 43
DAFTAR PUSTAKA 43
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karakteristik Responden 35
Tabel 2. Nilai Loading Factor 36
Tabel 3. Hasil Validitas Diskriminan..... 38
Tabel 4. Reliabilitas..... 39
Tabel 5. Determinasi R-square..... 39
Tabel 6. Pengujian Hipotesis..... 40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Koseptual 34
Gambar 2. Pengujian SEM Algorithm 40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. SK Dekan xix
Lampiran II. LOA xxxi
Lampiran III. Dokumen Informasi Artikel..... xxxiii
Lampiran IV. Tabel Operasiona..... xxxv
Lampiran V. Kuesioner xl
Lampiran VI. Data xlviii
Lampiran VII. Output Olah Data lvii