

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

Theresa Putri Yunita Baras^{*1}, Irfani Hendri², Wenny Pebrianti³, Ramadhania⁴, Heriyadi⁵

^{*1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Indonesia

E-mail: ^{*1}b1021211106@student.untan.ac.id, ²muhammad.irfani@ekonomi.untan.ac.id,

³wenny.pebrianti@ekonomi.untan.ac.id, ⁴ramadhania@ekonomi.untan.ac.id,

⁵heriyadi@ekonomi.untan.ac.id

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.

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.

PENDAHULUAN

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 (Xinyu, 2023). 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 (Greenpeace Indonesia, 2024), 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

(Xinyu, 2023). 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 (Handarujati, 2024).

Mobil listrik memiliki dampak yang positif terhadap lingkungan (Handarujati, 2024). Mobil listrik juga menjadi solusi alternatif pengganti mobil berbahan bakar minyak sebagai energi utama penyebab polusi udara dan pemanasan global. Kendaraan listrik merupakan kendaraan yang ramah lingkungan dengan polusi udara yang sedikit dibandingkan dengan kendaraan konvensional, hal ini dibuktikan dengan polusi udara yang berasal dari CO₂ menurun sebesar 50,6% sesuai dengan siklus pengemudi perkotaan karena penerapan strategi elektrifikasi untuk kendaraan listrik hibrida (Sukma et al., 2023).

Menurut data penjualan dalam dua tahun terakhir, mobil listrik menunjukkan peningkatan, dengan tingkat presentasi pasar di Indonesia mencapai 65,2% sejak tahun 2022 (Gaikindo, 2024). Pada November 2022, penjualan mobil listrik di Indonesia mencapai 10.689 unit, dan meningkat menjadi 51.831 unit pada Desember 2023 (Erlina F. Santika, 2024). Meskipun demikian, pemerintah Indonesia terus berupaya meningkatkan penjualan mobil dengan menetapkan target sebesar 2 juta unit pada tahun 2030. Salah satu dukungan yang diberikan untuk mendorong minat masyarakat untuk membeli mobil listrik adalah melalui kebijakan, termasuk penerbitan Perpres No.55/2019 yang menjamin ketersediaan stasiun pengisian kendaraan listrik umum (SPKLU) di berbagai lokasi, seperti stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU), stasiun pengisian bahan bakar gas (SPBG), kantor pemerintah pusat dan daerah, pusat perbelanjaan, serta area parkir umum di pinggir jalan raya. Pemerintah juga memberikan subsidi khusus untuk kendaraan listrik (Sukma et al., 2023).

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 (Hawkins et al., 2013). Namun, penggunaan mobil listrik di Indonesia masih berada pada tahap awal, dan penerimaan konsumen terhadap kendaraan ini memerlukan penelitian yang mendalam. Tantangan utama kendaraan listrik meliputi biaya baterai yang tinggi, jarak tempuh yang pendek akibat kapasitas pengisian yang terbatas, serta waktu pengisian ulang yang relatif lama. Penerimaan terhadap kendaraan listrik telah ditemukan berbeda-beda di berbagai kondisi geografis dan ekonomi (Jayasingh et al., 2021).

Beberapa tahun terakhir, peningkatan kesadaran lingkungan telah memicu pergeseran paradigmatik yang tercermin dalam konsep *new ecological paradigm* (NEP), yang menekankan pentingnya keseimbangan ekosistem dan keberlanjutan (Dunlap, 2008). Ada dua jenis sikap lingkungan yang digunakan untuk memprediksi perilaku ekologis yaitu sikap terhadap perilaku ekologis dan sikap terhadap lingkungan.

Secara umum *new ecological paradigm* adalah pengembangan dari *new environmental paradigm*, yang merupakan metode umum untuk mengukur sikap terhadap lingkungan (Lee, 2017). Di sisi lain, manfaat ekonomi yang dirasakan dari kendaraan listrik, seperti penghematan biaya bahan bakar dan intensif pajak, menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen (Narassimhan & Johnson, 2018). Bagi

konsumen, persepsi terhadap nilai suatu produk atau layanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian (Yang et al., 2020). Manfaat yang dirasakan mencerminkan kemungkinan adanya hasil positif dari pembelian tersebut (Fitriana, 2018).

Selain itu, pengaruh dari lingkungan sosial dan komunitas turut berperan dalam membentuk sikap konsumen terhadap kendaraan listrik (Peters & Dütschke, 2014). Dalam *theory of reasoned action*, dikemukakan bahwa pengaruh sosial berperan sebagai prediktor perilaku tertentu. Pengaruh sosial ini bertindak sebagai penentu langsung dari niat perilaku yang dipresentasikan melalui norma subjektif (Chen & Yang, 2019).

Dasar dari konstruksi pengaruh sosial adalah norma subjektif dalam teori tindakan beralasan, yang mempengaruhi niat untuk berperilaku. Konstruksi ini mencakup pandangan, baik eksplisit maupun implisit, bahwa cara seseorang memandang pandangan orang lain terhadap dirinya saat menggunakan teknologi akan mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi salah satunya mobil listrik (Khazaei & Tareq, 2021).

Pengaruh sosial merujuk pada seberapa besar keyakinan seseorang bahwa orang-orang disekitarnya menganggap mereka sebaiknya menggunakan teknologi tertentu (Arinda Pramesti et al., 2023). Keberadaan *charging infrastructure* yang memadai juga menjadi kunci dalam mengurangi kekhawatiran konsumen terkait kenyamanan dan aksesibilitas pengisian daya (Hardman et al., 2016). *Charging infrastructure* merupakan komponen krusial dalam pengembangan kendaraan listrik, dengan *charging infrastructure* yang memadai dan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam pengisian daya maka mampu meningkatkan adopsi kendaraan listrik (Brown et al., 2023).

Pengembangan *charging infrastructure* menjadi perhatian yang signifikan di negara maju dan negara berkembang karena infrastruktur pengisian daya yang tidak memadai dapat mempengaruhi promosi mobil listrik di pasar (Savari et al., 2023). Sikap dapat dianggap sebagai cara berfikir yang tetap saat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Ini mencakup penilaian terhadap item yang dirujuk, apakah akan dilanjutkan atau tidak. Sikap terbentuk melalui pengalaman dapat berubah seiring dengan munculnya pengalaman baru. Sikap dan preferensi konsumen dalam membeli produk tertentu didasarkan pada pandangan mereka serta keinginan pribadi untuk melakukan tindakan tersebut. Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh harapan dan keyakinan mengenai konsekuensi yang mungkin timbul dari tindakan tersebut (Al-shaaban & Nguyen, 2014).

Niat beli konsumen mencerminkan apa yang dipikirkan konsumen ketika mereka hendak melakukan pembelian (Fitriana, 2018). Niat beli konsumen adalah tindakan individu atau konsumen yang berperan langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang yang ditawarkan. Niat beli mengacu pada keinginan seseorang untuk membeli suatu produk. Niat beli hijau, secara khusus merujuk pada niat untuk membeli produk ramah lingkungan (Pebrianti, 2012). Semua faktor ini berkontribusi pada pembentukan sikap konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi niat membeli mobil listrik (Shanyong Wang, Jin Fan, Dingtao Zhao, 2016).

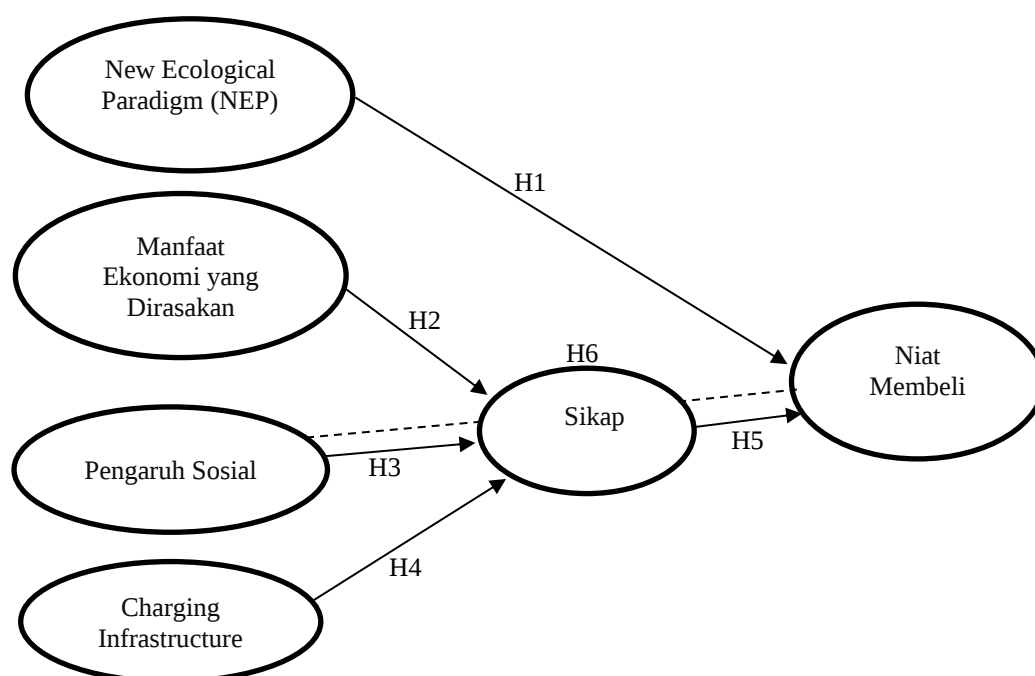
Theory of reasoned action (TRA) merupakan kerangka teori yang tepat untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi ramah lingkungan. TRA menyatakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh niat perilaku yang ditentukan oleh sikap dan norma subjektif (Fishbein & Ajzen, 2011). Sikap positif terhadap mobil listrik, yang dibentuk oleh kesadaran lingkungan dan manfaat ekonomi yang dirasakan, memegang peranan penting dalam mendorong niat membeli konsumen (Y. K. Lee, 2017). Penelitian ini sejalan dengan TRA dengan meneliti hubungan antara *new ecological*

paradigm, manfaat ekonomi yang dirasakan, pengaruh sosial, serta *charging infrastructure* terhadap sikap dan niat membeli mobil listrik di Indonesia.

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru secara teoritis dalam konteks adopsi teknologi ramah lingkungan, khususnya mobil listrik di Indonesia. Penelitian ini memperluas penerapan *new ecological paradigm* (NEP) dalam memahami sikap konsumen terhadap mobil listrik dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti manfaat ekonomi, pengaruh sosial, dan *charging infrastructure*. Kombinasi variabel ini jarang dikaji secara komprehensif, terutama dalam konteks pasar negara berkembang seperti Indonesia, dimana adopsi mobil listrik masih berada dalam tahap awal. Penelitian yang dilakukan oleh (Jayasingh et al., 2021), menunjukkan bahwa sikap dan niat membeli kendaraan listrik, termasuk kendaraan roda dua, dipengaruhi oleh faktor seperti kekhawatiran lingkungan, manfaat ekonomi yang dirasakan, dan pengaruh sosial. Penelitian ini dilakukan dalam konteks negara maju atau pasar yang lebih matang seperti India. Hasil penelitian ini relevan sebagai referensi untuk memperluas wawasan terhadap perilaku negara berkembang yang memiliki perbedaan kondisi ekonomi, sosial, dan kebijakan lingkungan seperti di Indonesia yang menjadi konteks penelitian ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel *new ecological paradigm*, manfaat ekonomi yang dirasakan, pengaruh sosial dan *charging infrastructure* dalam konteks 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.

Gambar 1. Kerangka Koseptual



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.

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disusun dalam google form dan disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Tiktok, dan whatsapp dengan menginformasikan kriteria sampel yang dibutuhkan. Penyebaran kuesioner berlangsung selama dua minggu, dimulai pada 18 september hingga 2 oktober 2024.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan aspek demografis.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Aspek Demografis

Kategori	Item	f	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	79	38,53
	Perempuan	126	61,46
	Total	205	100
Usia	<20	4	1,95
	21-30	148	72,19
	31-40	43	20,97
	41-50	8	3,90
	>50	2	0,97
	Total	205	100
Domisili	Jawa	157	76,58
	Kalimantan	19	9,26
	Sumatera	18	8,78
	Sulawesi	4	1,95
	NTB	2	0,97
	Kepulauan Riau	1	0,48
	Bali	1	0,48
	NTT	1	0,48
	Maluku	1	0,48
	Papua	1	0,48
	Total	205	100

Kategori	Item	f	%
Pendidikan Terakhir	SD/SMP	4	1,95
	SMA / Sederajat	122	59,51
	Diploma	18	8,78
	S1/Sarjana	57	27,80
	S2/Magister	3	1,46
	S3/Doktor	1	0,48
Total		205	100
Pekerjaan	Pegawai Swasta	98	47,80
	PNS	9	4,39
	BUMN/BUMD	2	0,97
	Wiraswasta	56	27,31
	TNI/POLRI	30	14,63
	IRT	3	1,46
	Freelance	2	0,97
	Pengusaha	4	1,95
	Petani	1	0,48
Total		205	100
Pendapatan Perbulan	< Rp 2.800.000	27	13,17
	Rp 2.800.000-5.000.000	88	42,92
	Rp 5.000.000-10.000.000	71	34,63
	Rp 10.000.000-20.000.000	14	6,82
	>Rp 20.000.000	5	2,43
Total		205	100

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa total responden adalah 205. Dengan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 79 orang atau 38,53% sedangkan responden berjenis kelamin Perempuan sebanyak 126 orang atau 61,46%, dimana persentase ini menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi responden adalah Perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia diklasifikasinya menjadi lima kelompok usia. Dari 205 responden, kelompok usia terbesar yaitu 21-30 tahun sebanyak 148 orang atau 72,19%. Karakteristik responden berdasarkan domisili diklasifikasikan menjadi 10 kelompok domisil, responden terbanyak berdomisili di Jawa sebanyak 157 orang atau 76,58%. Dalam kategori tingkat pendidikan, mayoritas memiliki tingkat pendidikan SMA/ sederajat sebanyak 122 orang atau 59,51%. Dalam kategori pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 98 orang atau 47,8%. Dalam kategori pendapatan per bulan, sebagian besar responden sebanyak 88 orang atau 42,92% memiliki pendapatan antara Rp 2.800.000 - 5.000.000.

Convergent validity

Tabel 2. Nilai Loading Factor

Variabel	Item	Loading Factor	AVE
New Ecological Paradigm (NEP)	Penggunaan kendaraan bermesin bakar internal (menggunakan bahan bakar seperti bensin, solar dll) benar-benar merusak lingkungan seperti	0,923	0.829

Variabel	Item	Loading Factor	AVE
	polusi udara, sehingga peralihan ke mobil listrik menjadi sangat penting.		
	Bumi, dengan ruang dan sumber daya yang terbatas, membutuhkan solusi transportasi yang lebih berkelanjutan, seperti mobil listrik.	0,942	
	Manusia diharapkan memanfaatkan teknologi seperti mobil listrik untuk mengurangi dampak negatif terhadap alam.	0,928	
	Meskipun mobil listrik memiliki teknologi canggih, penggunaannya tetap tunduk pada hukum alam, seperti kebutuhan energi yang berkelanjutan.	0,898	
	Jika penggunaan kendaraan konvensional terus berlanjut seperti sekarang, kita akan segera mengalami bencana ekologi yang besar, sehingga peralihan ke mobil listrik menjadi semakin mendesak.	0,859	
Manfaat Ekonomi yang Dirasakan (PEB)	Mobil Listrik akan menurunkan biaya bahan bakar saya.	0,869	0.779
	Mobil Listrik akan mengurangi biaya perawatan kendaraan saya.	0,898	
	Biaya keseluruhan untuk memiliki kendaraan listrik akan rendah karena adanya insentif dari pemerintah (insentif = pajak jalan yang lebih rendah/premi asuransi yang lebih rendah/pinjaman yang lebih murah).	0,885	
	Mobil Listrik dapat meningkatkan efisiensi perjalanan saya.	0,879	
Pengaruh sosial (SI)	Jika saya membeli mobil listrik, kebanyakan orang akan setuju dengan keputusan saya.	0,913	0.838
	Kebanyakan orang yang penting bagi saya akan menghargai saya, jika saya membeli mobil listrik.	0,911	
	Jika saya membeli mobil listrik, orang akan menganggapnya sebagai pembelian yang masuk akal.	0,922	
Charging Infrastructure (CI)	Infrastruktur pengisian umum sangat penting bagi saya dalam memutuskan untuk membeli mobil listrik.	0,929	0.813

Variabel	Item	Loading Factor	AVE
	Infrastruktur pengisian daya yang baik dapat membuat penggunaan mobil listrik menjadi lebih nyaman.	0,949	
	Pengisian daya cepat yang mirip dengan pengisian bahan bakar membuat saya tertarik pada mobil listrik.	0,920	
	Teknologi pertukaran baterai lebih efektif daripada pengisian daya baterai mobil listrik di stasiun pengisian.	0,770	
	Pertukaran baterai adalah alternatif yang baik untuk pengisian cepat.	0,928	
Sikap (ATT)	Membeli mobil listrik saat ini sangatlah bijaksana.	0,927	0.869
	Membeli mobil listrik saat ini sangatlah baik.	0,946	
	Membeli mobil listrik saat ini sangatlah berguna.	0,926	
	Membeli mobil listrik saat ini sangatlah menarik.	0,925	
	Membeli mobil listrik saat ini sangatlah berharga.	0,936	
Niat Membeli (PI)	Saya berniat membeli mobil listrik dalam waktu dekat.	0,844	0.805
	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli mobil listrik sebagai produk yang ramah lingkungan.	0,928	
	Dibandingkan dengan kendaraan konvensional, kendaraan listrik lebih menarik.	0,918	

Berdasarkan tabel 2, hasil uji validitas dari model secara keseluruhan, menunjukkan bahwa nilai *loading factors* (LF) untuk seluruh item pertanyaan setiap variabel diatas 0,70, yang berarti bahwa semua item pertanyaan memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai *average variance extracted* (AVE) yang diperoleh dalam penelitian ini diatas 0,5, ini sesuai dengan pendapat dari (Hair et al., 2019). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pengukuran dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Validitas Diskriminan

	ATT	CI	NEP	PEB	PI	SI
Fornell-Larcker Criterion						
ATT	0.932					
CI	0.815	0.901				
NEP	0.785	0.830	0.910			

	ATT	CI	NEP	PEB	PI	SI
PEB	0.856	0.788	0.801	0.883		
PI	0.850	0.767	0.755	0.828	0.897	
SI	0.824	0.732	0.740	0.807	0.858	0.915

Pada tabel 3, validitas diskriminan berdasarkan Fornell-Larcker Criterion menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai akar *Average Variance Extracted* (AVE) yang lebih tinggi daripada nilai korelasi dengan variabel lainnya. Nilai-nilai tersebut adalah Sikap = 0,932, *Charging Infrastructure* = 0,901, *New Ecological Paradigm* = 0,910, Manfaat Ekonomi yang Dirasakan = 0,883, Niat Membeli = 0,897, dan Pengaruh Sosial = 0,915. Temuan ini konsisten dengan pendapat (Hair et al., 2019) yang menekankan pentingnya nilai AVE yang lebih tinggi dari korelasi antar variabel untuk membuktikan validitas diskriminan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan untuk seluruh instrumen pengukuran dalam penelitian ini dinyatakan valid, yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel mampu mengukur konstruk yang dimaksud tanpa adanya tumpang tindih yang signifikan dengan variabel lainnya.

Tabel 4. Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability
<i>New Ecological Paradigm (NEP)</i>	0.948	0.960
Manfaat Ekonomi yang Dirasakan	0.906	0.934
Pengaruh Sosial	0.903	0.939
<i>Charging Infrastructure</i>	0.941	0.956
Sikap	0.962	0.971
Niat Membeli	0.879	0.925

Pada tabel 4, nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel berada di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa setiap variabel dianggap valid dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk model yang telah dikembangkan. Selain itu, nilai *Construct Reliability* (CR) pada tabel menunjukkan bahwa nilainya melebihi 0,70, hal ini menunjukkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat diandalkan dan mampu secara konsisten mengukur struktur dalam model. Hal ini sejalan dengan pendapat (Hair et al., 2019), yang menyatakan bahwa nilai variabel yang diukur harus lebih dari 0,70 untuk dianggap memadai. Dengan demikian, hasil ini memberikan keyakinan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini mampu memberikan data yang akurat dan konsisten.

Inner Model

Berikut adalah hasil pengujian inner Model

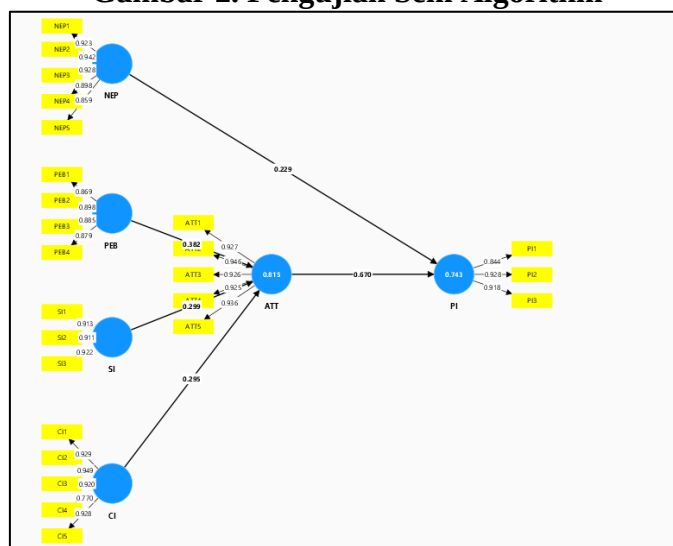
Tabel 5. Determinasi R-square

	R-square	R-square adjusted
Sikap	0.815	0.812
Niat Membeli	0.743	0.740

Berdasarkan Tabel 5 di atas, nilai R-square untuk variabel Sikap (Y1) adalah 0,815, yang menunjukkan bahwa ini termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa model dapat menjelaskan variabilitas yang signifikan dalam

sikap responden terhadap kendaraan listrik. Sementara itu, nilai R-square untuk variabel Niat Membeli (Y2) sebesar 0,743 juga tergolong tinggi, menunjukkan bahwa model ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam niat membeli responden terkait kendaraan listrik. Kedua nilai ini mencerminkan kekuatan model dalam menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti.

Gambar 2. Pengujian Sem Algorithm



Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian terhadap hubungan antar variabel dalam model penelitian yang dikembangkan dalam studi ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 6. Pengujian Hipotesis

Hypothesis	Hubungan Antar Variabel	Estimate	SE	T-statistik	P-value	Keterangan
H ₁	New Ecological Paradigm -> Niat Membeli	0.229	0.092	2.485	0.013	Diterima
H ₂	Manfaat Ekonomi yang Dirasakan -> Sikap	0.382	0.093	4.115	0.000	Diterima
H ₃	Pengaruh Sosial -> Sikap	0.299	0.082	3.664	0.000	Diterima
H ₄	Charging Infrastructure -> Sikap	0,295	0.084	3.518	0.000	Diterima
H ₅	Sikap -> Niat Membeli	0.670	0.092	7.273	0.000	Diterima
H ₆	Pengaruh Sosial -> Sikap -> Niat Membeli	0.200	0.066	3.023	0.003	Diterima

Pada tabel 6 adalah hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *new ecological paradigm* (NEP) memiliki pengaruh positif terhadap niat membeli (PI) dengan koefisien

sebesar 0,229, T-statistik 2,485, dan P-value 0,013, yang berarti P-value $< 0,05$ ($\alpha = 0,05$), Hipotesis 1 diterima. Manfaat ekonomi yang dirasakan (PEB) berpengaruh positif terhadap sikap (ATT) dengan koefisien 0,382, T-statistik 4,115, dan P-value 0,000, yang menunjukkan P-value $< 0,05$ ($\alpha = 0,05$), Hipotesis 2 diterima. Pengaruh sosial (SI) menunjukkan efek positif terhadap sikap dengan koefisien 0,299, T-statistik 3,664, dan P-value 0,000, yang juga berarti P-value $< 0,05$ ($\alpha = 0,05$), Hipotesis 3 diterima. *Charging infrastructure* (CI) berpengaruh positif terhadap sikap, dengan koefisien 0,295, T-statistik 3,518, dan P-value 0,000, yang berarti P-value $< 0,05$ ($\alpha = 0,05$), Hipotesis 4 diterima. Sikap (ATT) juga berpengaruh positif terhadap niat membeli (PI) dengan koefisien 0,670, T-statistik 7,273, dan P-value 0,000, yang berarti P-value $< 0,05$ ($\alpha = 0,05$), Hipotesis 5 diterima. Dan Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa sikap (ATT) berfungsi sebagai mediasi positif dalam pengaruh sosial (SI) terhadap niat membeli (PI), dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,200, T-statistik 3,023, dan P-value 0,003, yang berarti P-value $< 0,05$ ($\alpha = 0,05$), sehingga Hipotesis 6 diterima. Temuan ini menegaskan pentingnya sikap sebagai mediator yang menghubungkan pengaruh sosial dengan niat membeli, sehingga meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong adopsi kendaraan listrik.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, menunjukan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Yang menyatakan bahwa *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 ketersediaan *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 positif 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 positif mempengaruhi niat membeli konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia. Konsumen yang memiliki pandangan positif terhadap mobil listrik cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk membeli mobil listrik. Temuan ini selaras dengan prinsip TPB dan TRA, di mana sikap positif sering kali menjadi prediktor yang kuat untuk niat membeli. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jayasingh et al., 2021). Di Indonesia, pandangan positif 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.

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 diteliti.

SARAN

Penelitian berikutnya disarankan menggunakan metode sampling yang lebih representatif, mengeksplorasi faktor teknis, dan menambahkan variabel seperti preferensi individu dan insentif pemerintah untuk pemahaman yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Prodi Manajmen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, atas dukungan yang sangat berharga dari mereka dalam memfasilitasi penulis dalam proses penulisan dan penerbitan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-shaaban, S., & Nguyen, T. B. (2014). Consumer Attitude and Purchase Intention towards Organic Food A quantitative study of China Linnæus University. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2C), 1–67.
- Arinda Pramesti, R., Afifah, N., Listiana, E., Pebrianti, W., Fitriana, A., Tanjungpura, U., Jl Profesor Dokter H Hadari Nawawi, J. H., & Barat, K. (2023). Does task technology fit, social influence, and habit impact on actual usage of mobile banking in Indonesia? *Jurnal Mantik*, 7(3), 2501–2512. <https://doi.org/10.35335/MANTIK.V7I3.4404>
- Brown, A., Cappellucci, J., White, E., Heinrich, A., & Cost, E. (2023). *Electric Vehicle Charging Infrastructure Trends from the Alternative Fueling Station Locator: Second Quarter 2023. September.*
- Chen, L., & Yang, X. (2019). Using EPPM to Evaluate the Effectiveness of Fear Appeal Messages Across Different Media Outlets to Increase the Intention of Breast Self-Examination Among Chinese Women. *Health Communication*, 34(11), 1369–1376. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Dunlap, R. (2008). The new environmental paradigm scale: From marginality to worldwide use. *Journal of Environmental Education*, 40(1), 3–18. <https://doi.org/10.3200/JOEE.40.1.3-18>
- Dwiputranti, M. I., Putri, I. G. A. P. T., & Amalia, N. (2024). Analisis Kelayakan Investasi Bisnis Pembelian Kendaraan Operasional Dan Strategi Pengembangan Usaha Di Pt.Sml Jakarta Cabang Bal: Analisis Kelayakan Investasi Bisnis Pembelian Kendaraan Operasional Dan Strategi Pengembangan Usaha Di Pt.Sml Jakarta Cabang Bali. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(3), Article 3. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i3.4716>

- Erlina F. Santika. (2024). *Penjualan Mobil Listrik Global Cenderung Naik Sedekade Terakhir*. 2024. <https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/020528b821bbbe6/penjualan-mobil-listrik-global-cenderung-naik-sedekade-terakhir>
- Fitriana, A. (2018). Analisis Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen di Instagram di Kota Pontianak. *Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi 2018 SENSITEK 2018*, 853–858.
- Gaikindo. (2024). *Tren Penjualan Mobil Listrik Menguat Semester I 2024 Transportasi & Logistik Databoks Premium Premium 1 Adi Ahdiat 12/07/2024 11:02 WIB URL telah disalin Volume Penjualan Wholesale Mobil Listrik BEV di Indonesia per Bulan (Januari 2022-Juni 2024) databoks*. 2024. <https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/66bc6023da301/tren-penjualan-mobil-listrik-menguat-semester-i-2024>
- Greenpeace Indonesia. (2024). *Laporan Kualitas Udara Dunia IQAir 2023: Indonesia Terburuk se- Asia Tenggara*. 2024. <https://www.greenpeace.org/indonesia/siaran-pers/58036/laporan-kualitas-udara-dunia-iqair-2023-indonesia-terburuk-se-asia-tenggara/>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handarujati, E. (2024). Analysis of Factors Driving Purchase Intention of Electric Cars: Perspective of Theory of Planned Behavior, Norm Activation Model, and Technology Acceptance Model. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1), 108–129. <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i1.1279>
- Hardman, S., Shiu, E., & Steinberger-Wilckens, R. (2016). Comparing high-end and low-end early adopters of battery electric vehicles. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 88, 40–57. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2016.03.010>
- Hawkins, T. R., Singh, B., Majeau-Bettez, G., & Strømman, A. H. (2013). Comparative Environmental Life Cycle Assessment of Conventional and Electric Vehicles. *Journal of Industrial Ecology*, 17(1), 53–64. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9290.2012.00532.x>
- Jayasingh, S., Girija, T., & Arunkumar, S. (2021). Factors influencing consumers' purchase intention towards electric two-wheelers. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su132212851>
- Khazaei, H., & Tareq, M. A. (2021). Moderating effects of personal innovativeness and driving experience on factors influencing adoption of BEVs in Malaysia: An integrated SEM–BSEM approach. *Heliyon*, 7(9), e08072. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08072>
- Lee, Y. K. (2017). A comparative study of green purchase intention between korean and chinese consumers: The moderating role of collectivism. *Sustainability (Switzerland)*, 9(10), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su9101930>
- Narassimhan, E., & Johnson, C. (2018). The role of demand-side incentives and charging infrastructure on plug-in electric vehicle adoption: Analysis of US States. *Environmental Research Letters*, 13(7). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aad0f8>

- Pebrianti, W. (2012). Analisis Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Harga Premium terhadap Niat Beli Produk Hijau di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 69–84.
- Peters, A., & Dütschke, E. (2014). How do Consumers Perceive Electric Vehicles? A Comparison of German Consumer Groups. *Journal of Environmental Policy and Planning*, 16(3), 359–377. <https://doi.org/10.1080/1523908X.2013.879037>
- Savari, G. F., Sathik, M. J., Raman, L. A., El-Shahat, A., Hasanien, H. M., Almakhlles, D., Abdel Aleem, S. H. E., & Omar, A. I. (2023). Assessment of charging technologies, infrastructure and charging station recommendation schemes of electric vehicles: A review. In *Ain Shams Engineering Journal* (Vol. 14, Issue 4). <https://doi.org/10.1016/j.asej.2022.101938>
- Shanyong Wang, Jin Fan, Dingtao Zhao, S. Y. & Y. F. (2016). Predicting consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles: Using an extended version of the theory of planned behavior model. *Predicting Consumers' Intention to Adopt Hybrid Electric Vehicles: Using an Extended Version of the Theory of Planned Behavior Model*, Volume 43, 11.
- Sukma, A., Suroso, A. I., & Hermadi, I. (2023). The Effect of Environmental Concerns and Government Policies on The Intention to Buy Electric Car. *Business Review and Case Studies*, 4(1), 52–61. <https://doi.org/10.17358/brcs.4.1.52>
- Xinyu, Z. (2023). *Factors influencing Malaysian consumers' intention to purchase electric vehicles*.
- Yang, C., Tu, J. C., & Jiang, Q. (2020). The influential factors of consumers- sustainable consumption: A case on electric vehicles in China. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8). <https://doi.org/10.3390/SU12083496>