

**PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE* DENGAN PENDEKATAN
THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP *GREEN PURCHASE*
INTENTION PADA MOBIL LISTRIK BATERAI DI INDONESIA**

(TESIS)

Oleh

Yosua Parasian Hutagalung

NPM 2021011019



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE* DENGAN PENDEKATAN
THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP *GREEN PURCHASE*
INTENTION PADA MOBIL LISTRIK BATERAI DI INDONESIA**

Oleh

Yosua Parasian Hutagalung

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER MANAJEMEN

Pada

**Jurusan Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE* DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA MOBIL LISTRIK BATERAI DI INDONESIA

Oleh

YOSUA PARASIAN HUTAGALUNG

Ketergantungan terhadap sistem transportasi yang mengkonsumsi energi konvensional dapat berdampak negatif pada lingkungan. Salah satu solusi yang layak untuk mengurangi emisi karbon adalah dengan beralih dari kendaraan konvensional ke kendaraan hemat energi. Namun, adopsi kendaraan ramah lingkungan masih rendah secara global dan perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat individu untuk membeli mobil listrik baterai (*Battery Electric Vehicle*) dengan merancang model penelitian berdasarkan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang juga mengintegrasikan pengetahuan lingkungan sebagai variabel tambahan.

Data dikumpulkan dari 427 pengguna mobil di Indonesia yang kemudian diolah dengan bantuan *software* statistik AMOS 22. Temuan ini melengkapi dasar teoritis *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan memasukkan pengetahuan lingkungan sebagai variabel tambahan dalam menganalisis perilaku individu dalam konteks transportasi berkelanjutan, yang merupakan kontribusi inovatif dari penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, persepsi terkait kontrol perilaku, norma sosial, dan pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada niat konsumen untuk membeli mobil listrik baterai (*battery electric vehicle*) di Indonesia. Hasil ini menegaskan pentingnya pemerintah dan praktisi perusahaan otomotif dalam menerapkan pendekatan yang efektif untuk memotivasi masyarakat dalam mengadopsi kendaraan hemat energi, dengan harapan dapat meningkatkan tingkat adopsi kendaraan ramah lingkungan. Secara keseluruhan, penelitian ini mendukung pandangan bahwa adopsi kendaraan listrik adalah suatu pilihan yang layak jika individu diberikan pengetahuan dan pendidikan yang memadai, yang pada gilirannya membangun kepercayaan diri, pemberdayaan, dan keyakinan dalam memiliki kendaraan ramah lingkungan.

Kata kunci: kendaraan listrik; *theory of planned behavior*; pengetahuan lingkungan; niat pembelian hijau.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE WITH THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR APPROACH ON GREEN PURCHASE INTENTION FOR BATTERY ELECTRIC VEHICLES IN INDONESIA

By

YOSUA PARASIAN HUTAGALUNG

Dependency on transportation systems consuming conventional energy can have adverse effects on the environment. One viable solution to reduce carbon emissions is transitioning from conventional vehicles to energy-efficient vehicles. However, the global adoption of environmentally friendly vehicles remains low and requires further investigation. This study aims to identify factors influencing individuals' intentions to purchase Battery Electric Vehicles (BEVs) by designing a research model based on the Theory of Planned Behavior (TPB), which also integrates environmental knowledge as an additional variable.

Data were collected from 427 car users in Indonesia and processed using the AMOS 22 statistical software. These findings enhance the theoretical basis of the Theory of Planned Behavior (TPB) by incorporating environmental knowledge as an additional variable in analyzing individual behavior in the context of sustainable transportation—an innovative contribution of this research. The results indicate that attitude, perceived behavioral control, social norms, and environmental knowledge significantly influence consumers' intentions to purchase battery electric vehicles in Indonesia.

This emphasizes the importance of government and automotive industry practitioners in implementing effective approaches to motivate the public to adopt energy-efficient vehicles, with the hope of increasing the adoption rate of environmentally friendly vehicles. Overall, this research supports the view that electric vehicle adoption is a viable choice if individuals are provided with sufficient knowledge and education, which, in turn, builds confidence, empowerment, and belief in owning environmentally friendly vehicles.

Keywords: electric vehicles; theory of planned behavior; environmental knowledge; green purchase intention.

MENYETUJUI

Judul Tesis : **PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE* DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA MOBIL LISTRIK BATERAI DI INDONESIA**

Nama Mahasiswa : *Yosua Parasian Hutagalung*

Nomor Pokok Mahasiswa : 2021011019

Konsentrasi : PEMASARAN

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

1. Komisi Pembimbing



Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E, M.Sc.
NIP 19661027 199003 2 002



Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.
NIP 19810126 200801 2011

2. Ketua Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E, M.Sc.
NIP 19661027 199003 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.



Sekretaris : Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.



Penguji I : Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.



Penguji II : Dr. Roslina, S.E., M.Si.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Prof. Dr. Nairobi S.E, M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP 19640326 198902 1 001

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 28 Februari 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosua Parasian Hutagalung
Nomor Pokok Mahasiswa : 2021011019
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh *Environmental Knowledge* Dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Mobil Listrik Baterai Di Indonesia.

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 28 Februari 2024

Peneliti



Yosua Parasian Hutagalung
NPM. 2021011019

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Metro pada tanggal 29 Mei 1975. Peneliti merupakan putra dari pasangan Bapak Mangapin Hutagalung (alm) dan Ibu Sulastri (alm), anak ketiga dari tiga bersaudara.

Dengan rahmat dan bimbingan Allah SWT. Peneliti menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Banjar Negeri Natar Lampung Selatan pada tahun 1987, Kemudian dilanjutkan di Sekolah Menengah Pertama di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) Natar pada tahun 1990, dan menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 3 Bandar Lampung pada tahun 1993.

Peneliti menyelesaikan pendidikan Sarjana di Universitas Sriwijaya, Fakultas Pertanian, Program Studi Teknologi Hasil Pertanian pada tahun 2000 serta melanjutkan studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung dan lulus pada tahun 2024.

Peneliti mulai bekerja sebagai sales executive di PT. Astra International-Daihatsu Sales Operation pada Februari 1999, di tahun yang sama peneliti juga bekerja di PT. Prudential Life Assurance sampai Juni 2001 sebagai Associate Unit Manager. Pada bulan Juli 2001 peneliti bekerja di PT. Bank Negera Indonesia (Persero) Tbk hingga tahun 2015 sebagai Assistant Manager. Pada tahun 2015 peneliti memutuskan untuk resign dan berwirausaha. Sejak Januari 2022 hingga sekarang peneliti menjadi aparatur sipil negara di Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Pesawaran sebagai Analis Pasar Hasil Pertanian.

MOTTO

"Melindungi Planet Bersama dengan Pengetahuan Lingkungan, Bertindak Bijak
untuk Masa Depan."

(David Attenborough)

"Menghargai Lingkungan, Membangun Masyarakat yang Lebih Baik,
Melestarikan Alam untuk Generasi Mendatang."

(Jane Goodall)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahiim

Segala puji milik Allah SWT atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan,
kupersembahkan karya ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku kepada:

Istri tercinta, Denty serta Putri dan Putra Tersayang,

Anindya Putri Hutagalung dan Abdul Fattah Nufail Hutagalung
yang selalu senantiasa tanpa pamrih untuk berdoa dan memberikan kasih sayang
yang tidak pernah habis, terima kasih telah menjadi penyemangat dan pemberi
motivasi dalam menyelesaikan kuliahku.

SANWACANA

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya tesis ini dapat diselesaikan.

Tesis dengan judul **“Pengaruh *Environmental Knowledge* Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Mobil Listrik Baterai di Indonesia”**. Tesis ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak lain baik dari segi moral maupun materi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmelia Afriani, D.E.A., IPM., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, S.E., M.Si., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung
3. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.;
4. Ibu Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Pascasarjana Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sekaligus menjadi Pembimbing Pertama dan Pembimbing Akademik, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan nasihat, masukan, kritik dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini;

5. Ibu Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Kedua, terima kasih atas kesediaannya memberikan nasihat selama peneliti menjadi mahasiswa dan bimbingan, masukan, kritik, saran, dan bantuan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tesis ini;
6. Bapak Prof. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji Pertama, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan pengarahan, saran dan pengetahuan dalam proses penyelesaian tesis ini;
7. Ibu Dr. Roslina, S.E., M.Si. Dosen Penguji Kedua, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan pengarahan dan pengetahuan dalam proses penyelesaian tesis ini;
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff dan Karyawan Program Studi Magister Manajemen, atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama peneliti menjadi mahasiswa.
9. Mas Andri Kasrani terima kasih atas kesediaan dan kesabaran dalam membantu proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini;
10. Keluarga besar Hutagalung Ina-Ina ke-14, Keluarga besar di Talang Padang, Tanggamus, Bapak Agus Hairul Fajar, Ibu Eka Yuni, serta seluruh keluarga besar dan saudaraku lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas semua limpahan kasih sayang, dukungan, doa, bantuan, dan pengorbanan yang telah diberikan hingga tercapainya gelar Magister Manajemen ini;
11. Untuk teman-teman, Bang Zulqarnain, Mas Tio Fatrin, Rizky Khairunnisa, Elita Yuni Setiyarini, serta seluruh teman-teman Magister Manajemen Angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu selama perkuliahan, sukses untuk kalian semua;
12. Semua pihak yang telah membantu, memberikan motivasi serta doa kepada peneliti yang tidak dapat disampaikan satu persatu peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya;
13. Almamater Tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa dalam penelitian tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, maka peneliti mengharapkan adanya kritik ataupun saran yang dapat membantu peneliti dalam menyempurnakan tesis ini. Demikianlah, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi yang membacanya. Aamiin.

Bandar Lampung, 28 Februari 2024

Peneliti

Yosua Parasian Hutagalung

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBARiv
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Aspek Teoritis.....	13
1.4.2 Aspek Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1 <i>Environmental Knowledge pada Green Purchase Intention</i> pada Mobil listik	14
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
2.1.3 <i>Green Purchase Attitude dan Green Purchase Intention</i> pada Mobil Listrik	19
2.1.4 <i>Subjectif Norms dan Green Purchase Intention</i> pada Mobil Listrik	20
2.1.5 <i>Perceived Behavioral Control dan Green Purchase Intention</i> pada Mobil Listrik	21
2.1.6 <i>Green Purchase Intention</i> pada Mobil Listrik.....	22
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Karakteristik Penelitian	30
3.2 Variabel Penelitian	31

3.2.1	Jenis Variabel.....	31
3.2.2	Operasional Variabel	32
3.2.3	Skala Pengukuran	36
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi	38
3.3.2	Sampel	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1	Jenis Data.....	39
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5	Validitas dan Reabilitas	40
3.5.1	Uji Validitas.....	40
3.5.2	Uji Reliabilitas	41
3.6	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2	Analisis SEM.....	44
3.6.3	Analisis <i>Covariance Based</i> Menggunakan AMOS	45
3.6.4	<i>Confirmatory Analysis Factor (CFA)</i>	46
3.6.5	Uji Hipotesis	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Hasil Pengumpulan Data Responden	49
4.1.2	Karakteristik Responden.....	50
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	50
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	54
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
4.1.3	Uji Instrument Validitas dan Reliabilitas	58
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas	58
4.1.3.1.1	Validitas Konvergen atau <i>Convergent Validity</i>	58
4.1.3.1.2	Validitas Diskriminan atau <i>Discriminant Validity</i>	60

4.1.3.1.3	Hasil Uji Reliabilitas atau <i>Composite Reliability</i>	60
4.1.4	Hasil Tanggapan Responden	61
4.1.4.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Purchase Attitude</i>	61
4.1.4.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Subjective Norms</i>	64
4.1.4.3	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Behavior Control</i>	67
4.1.4.4	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	70
4.1.4.5	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	73
4.1.5	Hasil Uji Model Struktural atau Inner Model.....	75
4.1.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R Square)	78
4.1.5.2	Pengujian Hipotesis	78
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.2.1	Pengaruh <i>Green Purchase Attitude</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Mobil Listrik di Indonesia.....	80
4.2.2	Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Mobil Listrik di Indonesia.....	81
4.2.3	Pengaruh <i>Perceived Behavior Control</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Mobil Listrik di Indonesia.....	82
4.2.4	Pengaruh <i>Environmental Knowledge</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Mobil Listrik di Indonesia.....	84
4.3	Implikasi Manajerial	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	88
5.2	Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Keterangan Gambar	Halaman
2.1	<i>Theory of Reasoned Action</i>	17
2.2	<i>Theory Planned Behavior</i>	18
2.3	Kerangka Pemikiran.....	28
3.1	Garis Kontinum Interpretasi Skor	44
4.1	Garis Kontinum Interpretasi Skor <i>Green Purchase Attitude</i>	64
4.2	Garis Kontinum Interpretasi Skor <i>Subjective Norms</i>	67
4.3	Garis Kontinum Interpretasi Skor <i>Perceived Behavior Control</i>	70
4.4	Garis Kontinum Interpretasi Skor <i>Environmental Knowledge</i>	72
4.5	Garis Kontinum Interpretasi Skor <i>Green Purchase Intention</i>	75
4.6	Hasil Uji Model Struktural.....	76

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Keterangan Tabel	Halaman
1.1	Perkembangan Jumlah Kendaraan di Indonesia	2
1.2	Daftar Perusahaan Otomotif yang akan Menghentikan Produksi Mobil Konvensional	5
1.3	Penjualan Mobil Listrik Baterai di Indonesia	9
2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Karakteristik Penelitian	31
3.2	Operasional Variabel	33
3.3	Skala <i>Likert</i>	37
3.4	Formula <i>Cronbach's Alpha</i>	42
3.5	Klasifikasi Interpretasi Skor	43
3.6	Perbedaan <i>Covarian Based</i> dengan <i>Variance Based SEM</i>	45
3.7	Uji Kelayakan Model	47
4.1	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.3	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.4	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
4.5	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.6	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	57
4.7	Hasil Uji Validitas Konvergen	59
4.8	Nilai Akar <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	60
4.9	Hasil Uji Reliabilitas	61
4.10	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Purchase Attitude</i>	62
4.11	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Subjective Norms</i>	65
4.12	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Behavior Control</i>	68
4.13	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Environmental Knowledge</i>	71
4.14	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	74

4.15	Evaluasi terhadap <i>Goodness of Fit</i> pada Model Struktural.....	77
4.16	Koefisien Determinasi (R Square)	78
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	79

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini isu perubahan iklim atau *climate change* menjadi salah satu isu penting. Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) menyatakan jika perubahan iklim dibiarkan tidak terkendali, kenaikan suhu, cuaca ekstrem dan penurunan lahan dapat memicu krisis pangan dunia (Food and Agriculture Organization, 2019).

Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tentang Kerangka Kerja Perubahan Iklim (*United Nations Framework Convention on Climate Change/UNFCCC*) mendefinisikan perubahan iklim sebagai perubahan yang mengacu pada perubahan jangka panjang dalam suhu dan pola cuaca yang disebabkan baik secara langsung atau tidak langsung oleh aktivitas manusia sehingga mengubah komposisi dari atmosfer global. Komposisi atmosfer global yang dimaksud adalah komposisi material atmosfer bumi berupa Gas Rumah Kaca (GRK) yang di antaranya, terdiri dari Karbon Dioksida, Metana, Nitrogen, dan sebagainya. Pada dasarnya, Gas Rumah Kaca dibutuhkan untuk menjaga suhu bumi tetap stabil. Akan tetapi, konsentrasi gas rumah kaca yang semakin meningkat membuat lapisan atmosfer semakin tebal. Penebalan lapisan atmosfer tersebut menyebabkan jumlah panas bumi yang terperangkap di atmosfer bumi semakin banyak, sehingga mengakibatkan peningkatan suhu bumi, yang disebut dengan pemanasan global (Hickmann et al., 2021).

Pemanasan global merupakan peningkatan gas rumah kaca di atmosfer bumi yang disebabkan karena adanya aktivitas manusia yang meningkatkan atau menghasilkan efek rumah kaca. Proses pertambahan temperatur bumi ini mengakibatkan perubahan iklim di dunia serta memiliki dampak negatif yang terjadi seperti mempercepat cairnya es yang ada di daerah kutub-kutub bumi, mengakibatkan tergenangnya daerah pantai dan kota-kota dengan ketinggian dataran yang relatif rendah, selain itu mengakibatkan tebalnya lapisan gas rumah kaca, daya pantul radiasi panas semakin hebat. Gas karbon dioksida (CO₂) memberikan dampak yang paling besar terhadap terjadinya pemanasan global

yaitu sebesar 50%, selain itu sisanya terdapat gas-gas lainnya seperti CFCs, CH₄, O₃ dan Nox (Cahyono, 2015).

Pada tahun 2021 dalam laporannya, *Air Quality Life Index (AQLI)* menyampaikan bahwa rata-rata orang Indonesia dapat kehilangan 1,2 tahun harapan hidup pada tingkat polusi saat ini karena kualitas udara gagal memenuhi pedoman Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) untuk konsentrasi unsur partikulat halus (PM_{2,5}) (Lee & Greenstone, 2021).

Berdasarkan laporan indeks kualitas lingkungan hidup Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2019 disebutkan bahwa tingginya polusi udara NO₂ tertinggi banyak terjadi pada lokasi yang mewakili kegiatan transportasi yaitu sebesar 63% ini menunjukkan kendaraan bermotor berperan besar sebagai penyebab menurunnya kualitas udara (Direktorat Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan, 2019). Hal ini diperparah dengan semakin tingginya penggunaan kendaraan bermotor seperti terlihat dalam laporan perkembangan kendaraan di Indonesia oleh Badan Pusat Statistik di Indonesia berikut ini.

Tabel 1. 1
Perkembangan Jumlah Kendaraan di Indonesia

JENIS KENDARAAN	TAHUN (dalam ribu)								
	2018	2019	yoy	2020	yoy	2021	yoy	2022	yoy
Mobil Penumpang	14.831	15.592	5%	15.798	1%	16.903	7%	19.219	14%
Bus	223	232	4%	233	1%	246	6%	257	4%
Truk	4.797	5.022	5%	5.083	1%	5.438	7%	5.901	8%
Sepeda motor	106.658	112.771	6%	115.023	2%	121.209	5%	128.545	6%
Total	126.509	133.617	6%	136.137	2%	143.797	6%	153.922	7%

Sumber: Badan Pusat Statistik, diolah 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan kendaraan berbahan bakar minyak yang terjadi di Indonesia sejak beberapa tahun terakhir sangat tinggi jumlah pertambahannya, hal ini dapat dilihat dari tabel 1.1 jumlah pertambahannya. Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik, jumlah kendaraan yang beroperasi di seluruh Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, pada tahun 2022 mencapai 153.921.908 unit, atau meningkat 7% dibandingkan tahun 2021. Semakin meningkatnya jumlah

kendaraan di Indonesia berbanding lurus dengan meningkatnya polusi udara yang disebabkan emisi dari gas buang kendaraan. Emisi dari gas buang yang dihasilkan kendaraan berbahan bakar minyak membuang beberapa jenis gas, jika pada proses pembakaran yang tidak sempurna mengeluarkan timbal/timah hitam (Pb), suspended particular matter (SPM), oksida nitrogen (NO_x), oksida oksida sulfur (SO₂), hidrokarbon (HC), Karbon Monoksida (CO), dan oksida fotokimia (O_x), selain gas tersebut emisi buang yang paling signifikan/banyak dari kendaraan berbahan bakar minyak ke atmosfer adalah gas karbon dioksida (CO₂) dan uap air (H₂O) (Ismiyati et al., 2014).

Masyarakat yang tinggal atau melakukan kegiatan di sekitar jalan yang padat lalu lintas kendaraan bermotor, serta pengguna jalan seperti pengendara bermotor, pejalan kaki, dan polisi lalu lintas, serta penjaja makanan, sering terpapar oleh bahan pencemar udara dengan kadar yang cukup tinggi. Estimasi dosis paparan polusi sangat tergantung kepada tinggi rendahnya pencemar yang dikaitkan dengan kondisi lalu lintas pada saat tertentu . Keterkaitan antara pencemaran udara di perkotaan dan kemungkinan adanya resiko terhadap kesehatan, baru dibahas pada beberapa dekade belakangan ini. Pengaruh yang merugikan mulai dari meningkatnya kematian akibat adanya episod smog sampai pada gangguan estetika dan kenyamanan. Gangguan kesehatan lain diantara kedua pengaruh yang ekstrim ini, misalnya kanker pada paru-paru atau organ tubuh lainnya, penyakit pada saluran tenggorokan yang bersifat akut maupun khronis, dan kondisi yang diakibatkan karena pengaruh bahan pencemar terhadap organ lain seperti paru, misalnya sistem syaraf (Nasution et al., 2014; Suryani, 2010).

Permasalahan perubahan iklim telah mendorong negara-negara di dunia termasuk Indonesia untuk saling membantu dalam menangani permasalahan tersebut yang dikhawatirkan akan semakin memburuk, melalui konferensi yang berada di bawah naungan Dewan *UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change)* pada tahun 2015 di Paris, mencetuskan kesepakatan untuk menanggulangi permasalahan perubahan iklim (United Nations Framework Convention on Climate Change, 2015) bahkan untuk melaksanakan komitmen tersebut negara Indonesia menuangkan dalam undang-undang nomor 16 tahun 2016 tentang *Pengesahan Paris Agreement To The United Nations*

Framework Convention on Climate Change (Undang Undang RI, 2016).

Melihat permasalahan perubahan iklim tersebut menuntut seluruh lapisan masyarakat untuk meningkatkan kepeduliannya dalam melindungi lingkungan dengan menggunakan produk-produk ramah lingkungan. Atas permasalahan tersebut diperlukan alternatif sumber energi untuk kendaraan bermotor yang ramah lingkungan dan terbarukan. Mobil listrik muncul sebagai alternatif dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Kendaraan yang ramah lingkungan mengacu pada sistem transportasi berkelanjutan yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, sosial, dan perubahan iklim (Mamun et al., 2019). Menurut S. Wang et al. (2016) pemanfaatan inovasi transportasi ramah lingkungan dapat mengurangi permasalahan lingkungan seperti polusi emisi karbon. Kendaraan listrik menjadi acuan perubahan sistem transportasi berkelanjutan yang dapat meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan perubahan iklim

Perubahan iklim dan polusi dari emisi karbon kendaraan konvensional merupakan masalah global yang mendesak. Untuk mengatasi tantangan ini, salah satu solusi yang diambil adalah dengan melakukan peralihan ke mobil listrik. Bahkan, beberapa perusahaan otomotif terkemuka telah mengumumkan rencana untuk menghentikan produksi mobil konvensional, menggantikannya dengan mobil listrik sebagai langkah menuju transportasi yang lebih ramah lingkungan. Keputusan ini mencerminkan kesadaran industri otomotif akan pentingnya mengurangi emisi kendaraan dan memberikan kontribusi dalam menghadapi masalah global yang terkait dengan perubahan iklim dan polusi udara.

Selain menjadi solusi untuk mengurangi dampak perubahan iklim dan polusi udara, peralihan ke mobil listrik juga berpotensi memberikan manfaat lain bagi masyarakat global. Mobil listrik memiliki potensi untuk mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar fosil yang terbatas dan bervariasi harganya, karena dapat menggunakan sumber energi yang lebih beragam, termasuk energi terbarukan seperti tenaga surya dan angin. Selain itu, dengan adanya teknologi baterai yang semakin berkembang, mobil listrik juga dapat berperan sebagai penyimpan energi yang dapat membantu mengatur pasokan listrik dalam jaringan, mendukung stabilitas grid, dan mengatasi tantangan dari fluktuasi energi terbarukan. Selain manfaat lingkungan dan potensi dukungan terhadap sistem

energi berkelanjutan, keberlanjutan transportasi masa depan juga menawarkan peluang untuk menciptakan lapangan kerja baru dalam sektor industri yang berhubungan dengan teknologi, pengembangan, dan infrastruktur kendaraan listrik. Oleh karena itu, peralihan ke mobil listrik tidak hanya membantu melindungi lingkungan dan menghadapi masalah global, tetapi juga membuka jalan menuju masa depan yang lebih berkelanjutan dan inovatif bagi masyarakat dunia. Berikut adalah data beberapa perusahaan otomotif yang akan menghentikan produksi mobil konvensional dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2

Daftar Perusahaan Otomotif yang akan Menghentikan Produksi Mobil Konvensional

No.	Nama Perusahaan	Asal Negara	Tahun Penghentian
1	Volvo	Swedia	2030
2	Jaguar Land Rover	Inggris	2030
3	Ford	Amerika Serikat	2035
4	General Motors	Amerika Serikat	2035
5	Volkswagen	Jerman	2035
6	Stellantis	Italia	2035
7	Renault-Nissan-Mitsubishi	Prancis	2035
8	Toyota	Jepang	2040
9	Hyundai-Kia	Korea Selatan	2040
10	Daimler	Jerman	2040

Sumber: Kompas.com, diolah 2023

Tabel 1.2 tersebut menunjukkan bahwa sepuluh perusahaan otomotif terkemuka dari berbagai negara akan menghentikan produksi mobil konvensional dalam rentang waktu tertentu. Volvo dari Swedia dan Jaguar Land Rover dari Inggris berencana untuk berhenti memproduksi mobil konvensional pada tahun 2030, diikuti oleh Ford dan General Motors dari Amerika Serikat, serta Volkswagen dari Jerman, Stellantis dari Italia, dan Renault-Nissan-Mitsubishi dari Prancis pada tahun 2035. Sementara itu, Toyota dari Jepang, Hyundai-Kia dari Korea Selatan, dan Daimler dari Jerman akan menyusul dengan menghentikan produksi mobil konvensional pada tahun 2040. Keputusan bersama dari perusahaan-perusahaan ini mencerminkan komitmen industri otomotif global untuk bertransisi menuju mobilitas yang lebih berkelanjutan dengan mengadopsi teknologi mobil listrik

sebagai solusi dalam menghadapi masalah global perubahan iklim dan polusi emisi kendaraan konvensional.

Mobil berbahan bakar listrik mulai merebak di pasar otomotif Amerika Serikat dengan salah satu perusahaan yaitu *Tesla Motors* yang dipimpin oleh Elon Musk memperkenalkan mobil *sport* bertenaga listrik. Mulai saat itu, mobil bertenaga listrik mulai berkembang pesat hingga saat ini karena mendapat dukungan penuh dari berbagai negara akan hadirnya mobil yang ramah lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengikuti tren mengembangkan industri otomotif listrik tepatnya mobil listrik. Hal ini ditunjang dengan Indonesia yang memiliki cadangan nikel terbesar di dunia dimana nikel tersebut merupakan salah satu bahan baku pembuatan baterai untuk mobil listrik. Investasi-investasi besar juga dilakukan oleh pemerintah Indonesia salah satunya dengan perusahaan asal Korea Selatan untuk penambangan bahan baku serta pembuatan sel baterai. Pengembangan mobil listrik tidak hanya semata-mata mengikuti tren di pasar dunia, namun juga sebagai salah satu komitmen pemerintah Indonesia dalam upaya untuk menurunkan emisi CO₂ sebesar 29% di tahun 2030.

Pengembangan mobil bertenaga listrik di Indonesia sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 2012 pada masa pemerintahan presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Pengembangan tersebut diprakarsai oleh Dahlan Iskan, seorang Menteri BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Dahlan Iskan tidak sendiri, beliau meminta seorang anak muda Indonesia yang ahli dalam bidang motor listrik bernama Ricky Elson untuk membantunya mengembangkan mobil listrik pertama buatan Indonesia. Hasil kerjanya pun dapat menghasilkan mobil bertenaga listrik yang dinamakan "Selo". Mobil Selo ini juga berhasil dipamerkan ketika KTT APEC pada tahun 2013 yang bertempat di Bali. Hasil kerja keras Ricky Elson membuat dirinya dianggap sebagai pelopor mobil listrik di Indonesia. Namun, pengembangan mobil listrik di Indonesia sementara harus terhenti karena terdapat beberapa masalah dan dituduh pengembangannya dapat merugikan negara serta tidak lolos uji emisi. Mobil listrik nasional dapat kembali digalakkan pada masa pemerintahan presiden Joko Widodo.

Saat ini, pasar otomotif listrik Indonesia mulai dimasuki dua mobil listrik milik perusahaan asal Korea Selatan yaitu PT Hyundai Motors Indonesia (HMI).

PT Hyundai sendiri sudah menjual dua mobil listriknya yang diberi nama *Hyundai Ioniq EV* dan *Hyundai Kona EV* yang dibanderol dengan harga sekitar Rp 600.000.000,- an. Peluncuran dua mobil terbarunya mengindikasikan bahwa Hyundai juga berkomitmen untuk mendukung perkembangan mobil listrik di Indonesia dengan menyediakan fasilitas stasiun pengisian kendaraan listrik di berbagai daerah. Perkembangan dunia otomotif terutama otomotif listrik di Indonesia membawa pengaruh yang sangat besar bagi negara setelah tren pemakaian mobil listrik mulai memasuki pasar Indonesia. Pemerintah mulai mengembangkan mobil listrik buatan nasional serta mengadakan investasi besar-besaran dengan negara lain. Penggunaan mobil listrik di Indonesia juga mendapatkan dukungan penuh dikarenakan mobil yang berbahan bakar ramah lingkungan serta tidak menghasilkan emisi karbon dimana hal ini dapat mengurangi kadar CO₂ di udara. Beberapa perusahaan-perusahaan milik negara mulai menunjukkan dukungannya atas pemakaian mobil listrik di Indonesia seperti menyediakan stasiun-stasiun pengisian kendaraan listrik.

Pemerintah Indonesia sendiri telah berkomitmen untuk penanganan perubahan iklim melalui dokumen Nationally Determined Contributions (NDC) yang menargetkan penurunan emisi pada tahun 2030 sebesar 29% (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2017) . Indonesia juga terus melangkah maju dengan pengembangan ekosistem mobil listrik dan pembangunan pembangkit tenaga surya terbesar di Asia Tenggara (BPMI Sekretariat Presiden, 2021), bahkan untuk mempercepat terwujudnya ekosistem mobil listrik di Indonesia Presiden telah membuat Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 Tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik (Presiden Republik Indonesia, 2019). Sebagai bentuk implementasi percepatan penggunaan mobil listrik di Presiden Joko Widodo memerintahkan penggunaan kendaraan bermotor listrik berbasis baterai kepada jajarannya di pusat dan daerah. Hal itu diatur dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 7 Tahun 2022 tentang Penggunaan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle*) Sebagai Kendaraan Dinas Operasional dan/atau Kendaraan Perorangan Dinas Instansi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (Ramadhan, 2022). Di dalam instruksi presiden (2022) yang ditanda tangani presiden pada tanggal 13 September 2022 tersebut mengarahkan untuk

meningkatkan penggunaan kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (*battery electric vehicle*) sebagai kendaraan dinas operasional dan/atau kendaraan perorangan dinas instansi pemerintah pusat dan pemerintahan daerah di seluruh wilayah Indonesia melalui pengadaan kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (*battery electric vehicle*) dan/atau program konversi kendaraan bermotor bakar menjadi kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (*battery electric vehicle*).

Menurut Sukandar (2019) Mobil listrik adalah kendaraan yang penggerakannya menggunakan motor yang ditenagai oleh listrik. Terdapat 3 jenis mobil listrik yaitu *Hybrid*, *Plug-in Hybrid* dan *Battery Electric Vehicle*. Mobil listrik *Hybrid* adalah jenis kendaraan yang menggabungkan dua sumber daya yaitu menggunakan mesin Bahan Bakar Minyak (BBM) dan listrik sebagai cadangan yang diisi melalui putaran mesin mobil, *Plug-in Hybrid* adalah jenis kendaraan yang menggunakan teknologi yang sama dengan *Hybrid*, tetapi menggunakan sambungan listrik yang tersalurkan langsung dari sumber listrik. Sedangkan untuk *Battery Electric Vehicle* adalah jenis kendaraan listrik yang menggunakan baterai sebagai penggerak utamanya, sehingga tidak memerlukan BBM untuk menggerakannya dan tanpa emisi pembakaran internal.

Sebagai salah satu upaya untuk memenuhi target penurunan emisi karbon sebagai salah satu wujud komitmen Indonesia dalam kesepakatan *paris agreement*, Indonesia menargetkan produksi mobil listrik sebanyak 600.000 unit hingga tahun 2025 (Kurniawan, 2021). Mobil listrik tidak hanya memiliki keunggulan bebas polusi namun juga hemat biaya perawatan karena pengguna tidak perlu melakukan perawatan rutin ganti oli, busi, koil dan air radiator. Meski mobil listrik memiliki keunggulan dibandingkan mobil konvensional bahan bakar minyak, namun penggunaan mobil listrik di Indonesia masih rendah. Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mencatat, hingga Juni 2023, jumlah kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (KBLBB) untuk kategori mobil listrik di Indonesia baru mencapai 16.831 unit (Dananjaya, 2022). Penjualan mobil listrik di Indonesia yang semakin meningkat menunjukkan semakin besar partisipasi perusahaan otomotif dalam mendukung kebijakan pemerintah untuk mengurangi emisi karbon. Perusahaan otomotif ini tidak hanya berperan sebagai produsen kendaraan, tetapi juga sebagai mitra strategis yang turut andil dalam percepatan penjualan mobil listrik,

menyokong visi pemerintah untuk mengurangi emisi karbon. Berikut adalah tabel penjualan mobil listrik baterai di Indonesia dari tahun 2021 hingga Juni 2023.

Tabel 1. 3
Penjualan Mobil Listrik Baterai di Indonesia

BRAND	TYPE MODEL	ORIGIN COUNTRY	PRICE (Rp)	TOTAL 2021	TOTAL 2022	TOTAL 2023
HYUNDAI	Ioniq EV Prime	South Korea	682.000.000	27	4	-
	Ioniq EV Signature	South Korea	859.000.000	201	41	-
	Kona EV	South Korea	750.000.000	360	20	-
	Genesis G80 EV	South Korea	630.000.000	-	134	-
	Ioniq5 Prime Reguler	Indonesia	681.900.000	-	36	19
	Ioniq5 Prime Extended	Indonesia	719.300.000	-	79	184
	Ioniq5 Signature Reguler	Indonesia	737.500.000	-	197	142
	Ioniq5 Signature Extended	Indonesia	783.100.000	-	1.517	3.198
DFSK	GELORA EC35 BLIND VAN (4X2) A/T	China	350.000.000	1	5	19
	GELORA EC36 MINI BUS 1.5 (4X2) A/T	China	399.000.000	1	6	32
NISSAN	Leaf	Japan	738.000.000	42	63	61
LEXUS	UX 300e	Japan	1.245.000.000	26	127	-
	RZ 450e	Japan	2.287.000.000	-	-	7
TOYOTA	COMS EV	Japan	147.000.000	20	-	-
	C+POD EV	Japan	220.000.000	7	12	-
	BZ4X EV	Japan	1.190.000.000	-	1	155
MINI	Cooper SE Hatch A/T	UK	1.050.000.000	-	32	39
WULING	Air EV Standard Range	Indonesia	225.000.000	-	1.194	56
	Air EV Long Range	Indonesia	270.000.000	-	6.859	1.598
MORRIS GARAGE	ZS EV	China	315.800.000	-	-	3
KIA	EV6	Korea	1.299.000.000	-	-	22
HONDA	Genesis G80 EV	Japan	630.000.000	-	-	1
MERCEDES-BENZ PC	EQE 350 (V295)	Germany	2.350.000.000	-	-	22
MERCEDES-BENZ PC	EQS 450+ (V297)	Germany	3.150.000.000	-	-	44
BMW	i440 Gran Coupe A/T	Germany	2.110.000.000	-	-	39
BMW	iX xDrive40 A/T	Germany	2.400.000.000	-	-	178
TOTAL PENJUALAN				685	10.327	5.819

Sumber : Gaikindo, data diolah 2023

Tabel 1.3 menunjukkan penjualan mobil listrik di Indonesia berbagai merek, seperti Hyundai, DFSK, Nissan, Lexus, Toyota, Mini, Wuling, Morris Garage, Kia, Honda, Mercedes-Benz PC, dan BMW. Hyundai menonjol sebagai pemimpin penjualan pada paruh pertama tahun 2023, mencapai 35.2% dari total penjualan mobil listrik di Indonesia. Dari total penjualan mobil listrik sebanyak 10.327 unit pada tahun 2022, Wuling mendominasi pasar dengan 78% penjualan. Namun, pada tahun 2023, total penjualan menurun menjadi 5.819 unit, dan terdapat perubahan signifikan dalam pangsa pasar masing-masing merek. Hyundai mempertahankan posisinya

sebagai pemimpin, sementara merek lain seperti Toyota dan BMW mengalami peningkatan yang mencolok. Dalam perhitungan persentase terhadap total penjualan, perubahan signifikan terjadi pada beberapa merek, termasuk penurunan yang signifikan untuk Lexus. Meski demikian, merek-merek baru seperti MG, Kia, dan Honda juga memasuki pasar dengan penjualan yang menjanjikan.

Munculnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kelestarian lingkungan dengan cara menggunakan produk ramah lingkungan termasuk penggunaan mobil ramah lingkungan dapat dipicu dengan adanya pengetahuan lingkungan atau *environmental knowledge*. Dalam banyak penelitian, *environmental knowledge* dinilai sebagai indikator untuk mempengaruhi niat perilaku masyarakat dalam konteks studi pro-lingkungan (Mohd Suki, 2016; Mohiuddin et al., 2018). Perilaku pembelian konsumen yang memahami tentang *environmental knowledge* (EK) sangat berperan penting dalam meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk ramah lingkungan karena peningkatan pengetahuan lingkungan juga meningkatkan pola konsumsi pelanggan (Rashid, 2009). Demikian pula, dari perspektif niat untuk membeli mobil hibrid menunjukkan bahwa kemungkinan orang mengadopsi mobil hibrida dapat berlipat ganda karena pengetahuan lingkungan mereka meningkat (Mohiuddin et al., 2018; Wang et al., 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Tanwir (2020) “predicting purchase intention of hybrid electric vehicles” yang menyatakan bahwa *environmental knowledge* berpengaruh signifikan terhadap niat beli mobil hibrid. Namun hasil penelitian berbeda oleh Debora Indriani et al. (2019), Paco & Lavrador (2017) dan Tadjewski & Wagner-Tsukamoto) (2006) menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Kepedulian lingkungan adalah konsep yang semakin penting belakangan ini karena perubahan yang cepat terjadi di dunia. Hal ini merujuk pada kesadaran dan sensitivitas terhadap lingkungan serta dampak negatif aktivitas manusia terhadapnya. Menurut studi oleh Hua et al. (2020), kepekaan lingkungan sangat penting karena membantu dalam mempromosikan perilaku yang berkelanjutan dan melindungi sumber daya alam untuk generasi mendatang. Kepedulian lingkungan memiliki dampak yang signifikan pada perilaku konsumen, dengan banyak individu sekarang memilih produk yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Menurut studi

oleh Lee dan Chang (2019), kepedulian lingkungan adalah faktor penting dalam mendorong perilaku konsumen, dengan individu lebih cenderung membeli produk yang ramah lingkungan. Kebijakan dan peraturan pemerintah memainkan peran penting dalam mendorong kepedulian lingkungan, mendorong individu dan organisasi untuk mengadopsi praktik yang berkelanjutan. Studi oleh Asadi (2021) menemukan bahwa kebijakan pemerintah sangat penting dalam mempromosikan kepedulian lingkungan dan kurangnya kebijakan semacam itu dapat menghambat kemajuan dalam mengatasi masalah lingkungan.

Ajzen (1991) mengemukakan bahwa *Attitude* mengacu pada sejauh mana seorang individu memiliki penilaian atau penilaian perilaku yang diinginkan atau tidak diinginkan. Menurut Alzahrani et al (2019), mengenai penyebaran mobil ramah lingkungan, preferensi yang dilihat oleh pengguna mobil sangat penting dan dapat menentukan *attitude* mereka terhadap perilaku. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mamun (2019) yang dilakukan di Malaysia bahwa *attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi mobil ramah lingkungan. Demikian juga dengan hasil penelitian Tu & Yang (2019), Asadi et al. (2021), bahwa *attitude* berpengaruh terhadap niat beli produk ramah lingkungan.

Theory of Planned Behavior yang mendasari menyarankan bahwa norma subjektif mengacu pada "tekanan sosial yang dirasakan dari orang lain agar pelaku tidak melakukan perilaku tertentu" dalam keadaan tertentu (Ajzen, 1991). *Subjective norms* injunctive berkaitan dengan penilaian atau keyakinan individu tentang apakah lingkaran sosial mereka ingin mereka tampil dalam perilaku tertentu atau sebaliknya. Sedangkan *subjective norms* deskriptif diukur berdasarkan penilaian individu terhadap ada atau tidaknya suatu perilaku yang dilakukan oleh lingkungan sosialnya (Rhodes & Courneya, 2003).

Subjective norms memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat beli mobil ramah lingkungan (Tu & Yang, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Mamun (2019) dan Asadi et al. (2021) yang mengemukakan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi mobil ramah lingkungan. Namun hasil yang berbeda dikemukakan oleh Tanwir (2020) yang menyatakan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap niat beli mobil hybrid.

Perceived behavior control adalah penentu ketiga berdasarkan *theory of planned behavior*, dan diterapkan secara luas dalam berbagai penelitian untuk menyelidiki niat perilaku orang (Kiriakidis, 2017). Dalam sebuah penelitian tentang faktor yang mempengaruhi niat beli mobil hybrid di negara Malaysia menyebutkan bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan (Tanwir, 2020). Hasil ini sejalan dengan Mamun (2019) yang menyebutkan bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi mobil ramah lingkungan. Demikian pula dengan yang dikemukakan oleh Tu & Yang (2019) bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli mobil listrik.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas mengenai *environmental knowledge* dan *theory of planned behavior* yang memiliki hubungan dengan *green purchase intention*, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut

“PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE*, DENGAN PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* PADA MOBIL LISTRIK BATERAI DI INDONESIA”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *green purchase attitude* berpengaruh terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.
2. Apakah *subjective norms* berpengaruh terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.
3. Apakah *perceived behavior control* berpengaruh terhadap *green purchase intention* mobil listrik baterai di Indonesia.
4. Apakah *environmental knowledge* berpengaruh terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh *green purchase attitude* terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.

2. Untuk menganalisa pengaruh *subjective norms* terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.
3. Untuk menganalisa pengaruh *perceived behavior control* terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.
4. Untuk menganalisa pengaruh *environmental knowledge* terhadap *green purchase intention* pada mobil listrik baterai di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian mengenai pengaruh *environmental knowledge* dengan pendekatan *theory of planned behavior* terhadap *green purchase intention* pada produk mobil listrik baterai di Indonesia dari segi akademis dapat dijadikan sebagai contoh, acuan, ataupun referensi untuk peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian dengan variabel penelitian yang sama. Hasil penelitian ini akan menjelaskan mengenai pengaruh *environmental knowledge* dengan pendekatan *theory of planned behavior* terhadap *green purchase intention* pada produk mobil listrik baterai di Indonesia.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dari segi peneliti dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan pengalaman mengenai pentingnya pengaruh *environmental knowledge* dengan pendekatan *theory of planned behavior* dalam praktik pemasaran suatu produk di masa yang akan datang. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan yaitu bahwa penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan juga masukan kepada perusahaan otomotif dalam mempersiapkan manajemen strategik dalam produksi mobil listrik baterai di Indonesia serta berguna untuk tenaga pemasar dalam menjajaki niat beli konsumen pada mobil listrik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1.1 *Environmental Knowledge* pada *Green Purchase Intention* Mobil Listrik

Pengetahuan lingkungan, atau pengetahuan tentang isu-isu lingkungan, mengacu pada informasi yang dimiliki individu tentang keadaan lingkungan, perubahan iklim, pandangan lingkungan, dan efek ekologis dari konsumsi dan produksi (Pagiaslis & Krontalis, 2014). Pengetahuan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi risiko (Kim et al., 2014; Urban & Hoban, 1997). Jadi, jika orang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masalah lingkungan, mereka tidak dapat menilai risiko lingkungan (Keller et al., 2012). Hal ini menjadi alasan adanya variasi tingkat persepsi risiko di antara negara-negara yang berbeda. Pada tingkat individu, persepsi risiko lingkungan tergantung pada faktor kognitif persepsi risiko dan tingkat pengetahuan individu tentang masalah lingkungan (Balžekiene & Telešiene, 2017). Menurut (Zsóka et al., 2013) pengetahuan lingkungan mencakup informasi tidak hanya tentang dampak negatif dari masalah lingkungan, tetapi juga tentang kemungkinan strategi mitigasi dan tindakan korektif, dan itu membentuk sikap dan niat orang.

Environmental knowledge atau pengetahuan lingkungan adalah pengetahuan umum tentang fakta, konsep, dan hubungan antara lingkungan alam dengan ekosistem sekitarnya (Safari et al., 2018). Hal ini senada dengan Kaufmann et al. (2012) dan Vicente-Molina et al. (2013) menyatakan bahwa pengetahuan lingkungan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan umum individu tentang fakta, konsep, dan hubungan yang terkait dengan perlindungan lingkungan dan ekosistem utamanya. . Dengan kata lain, pengetahuan lingkungan mencakup apa pun yang diketahui individu tentang lingkungan; hubungan dan pengaruh kunci; identifikasi kemampuan sistem lingkungan; dan tanggung jawab kolektif yang diperlukan untuk pembangunan berkelanjutan (Saari et al., 2021).

Pengetahuan lingkungan mengacu pada pengetahuan seseorang tentang lingkungan dan isu-isu mendesak terkait seperti perubahan iklim, penggundulan

hutan, dan pencemaran laut oleh limbah yang tidak dapat terurai secara hayati. Pengetahuan lingkungan mencakup konsep kemampuan individu atau self-efficacy dalam memahami dan mengevaluasi kegiatan masyarakat dan dampaknya terhadap ekosistem baik dalam hal positif maupun negatif. Pengetahuan tentang lingkungan membantu individu memahami dan menilai hasil baik atau buruk yang terkait dengan kesejahteraan dari lingkungan yang dapat memengaruhi perilaku masyarakat. Konsumen dengan tingkat pengetahuan lingkungan yang tinggi diharapkan mampu menilai apakah tindakan tertentu berdampak positif atau negatif terhadap lingkungan. Dampak lingkungan yang negatif sering kali diakibatkan oleh konsumsi dan perilaku manusia (Tanwir, 2020).

Pengetahuan lingkungan melibatkan informasi yang dimiliki individu untuk menentukan dan mengkonfirmasi isu-isu mengenai lingkungan, yang, pada gilirannya, memberi konsumen kemampuan untuk mengubah pengetahuan tersebut menjadi perilaku yang berpengaruh. Pengetahuan lingkungan adalah evaluasi dan reaksi konsumen terhadap proses perilaku konsumsi dan dampaknya terhadap lingkungan serta permintaan akan produk ramah lingkungan (Haryanto, 2014; Hepting et al., 2008). Pengetahuan lingkungan berkontribusi terhadap sikap lingkungan dan perilaku lingkungan (Kollmuss & Agyeman, 2002; Siegel et al., 2018). Pengetahuan lingkungan juga dapat didefinisikan sebagai informasi yang dimiliki individu mengenai hubungan timbal balik antara manusia dan lingkungan. Pengetahuan tersebut mengungkapkan bagaimana individu mempersepsikan tanggung jawab mereka sendiri terhadap lingkungan, yang mengarah pada perilaku lingkungan mereka. Individu juga menyadari bagaimana perilaku lingkungan mereka berkontribusi terhadap keberlanjutan (Fan, Fang, & Cer, 2012). Liu et al. (2020) menjelaskan bahwa *environmental knowledge* didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengidentifikasi konsep, tanda, dan pola perilaku lingkungan.

Menurut Sharifah et al. (2005) pengetahuan lingkungan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi isu-isu seputar konsumsi dan perilaku manusia yang dapat mempengaruhi lingkungan baik secara positif maupun negatif. Selanjutnya dijelaskan bahwa pengetahuan lingkungan berhubungan dengan tingkat pengetahuan konsumen tentang

lingkungan. Pengetahuan lingkungan tersebut berkaitan dengan pemahaman dan perhatian tentang lingkungan alam, dan mendorong tanggung jawab individu yang lebih kuat untuk melindungi lingkungan. Perilaku konsumen yang bertanggung jawab terhadap lingkungan berkaitan dengan aktivitas konsumsi yang menguntungkan, atau menyebabkan kerusakan lingkungan yang lebih sedikit.

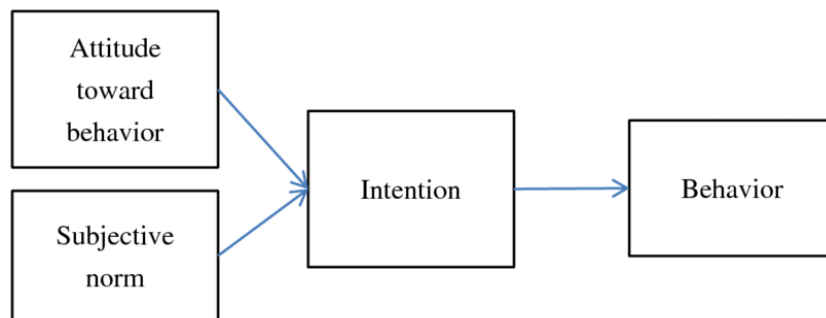
Environmental knowledge atau pengetahuan lingkungan juga dapat didefinisikan sebagai informasi yang dimiliki individu mengenai hubungan timbal balik antara manusia dan lingkungan. Pengetahuan tersebut mengungkapkan bagaimana individu mempersepsikan tanggung jawab mereka sendiri terhadap lingkungan, yang mengarah pada perilaku lingkungan mereka. Individu juga menyadari bagaimana perilaku lingkungan mereka berkontribusi terhadap keberlanjutan (Fan, Fang, & Cer, 2012).

Edukasi kepada masyarakat tentang keberlanjutan dan kesejahteraan dalam kaitannya dengan implikasi *green purchase* menjadi hal yang penting, dimana pengetahuan lingkungan mereka yang terbatas dianggap sebagai penghalang yang dapat menghambat niat mereka untuk *go green* (Chin et al., 2020). Demikian pula, dalam hal niat pembelian kendaraan hibrida, semakin meningkatnya pengetahuan lingkungan akan semakin meningkatkan kemungkinan mengadopsi kendaraan hibrida (Mohiuddin et al., 2018). Demikian pula, dari perspektif niat untuk membeli mobil hibrid menunjukkan bahwa kemungkinan orang mengadopsi mobil hibrida dapat berlipat ganda karena pengetahuan lingkungan mereka meningkat (Mohiuddin et al., 2018; S. Wang et al., 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Tanwir (2020) yang menyatakan bahwa *environmental knowledge* berpengaruh signifikan terhadap niat beli mobil hybrid. Namun hasil penelitian berbeda oleh Debora Indriani et al. (2019), Paco & Lavrador (2017) dan Tadajewski & Wagner-Tsukamoto) (2006) menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pengetahuan lingkungan adalah suatu pengetahuan dasar yang dimiliki oleh seseorang mengenai segala hal yang dapat dilakukan dan diusahakan untuk membantu dalam perlindungan lingkungan dengan memfasilitasi komitmen perilaku mereka untuk melakukan pembelian produk ramah lingkungan.

2.1.2 Theory of Planned Behavior

Theory of planned Behavior telah diadopsi secara luas untuk mengeksplorasi niat perilaku dan perilaku hijau (Z. Wang, 2016). *Theory Planned Behavior* merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Dalam *Theory of Reasoned Action* ini memiliki dua prediksi utama dalam menilai niat seseorang untuk berperilaku, yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norm* (Ajzen, 2012).



Gambar 2. 1 Theory of Reasoned Action

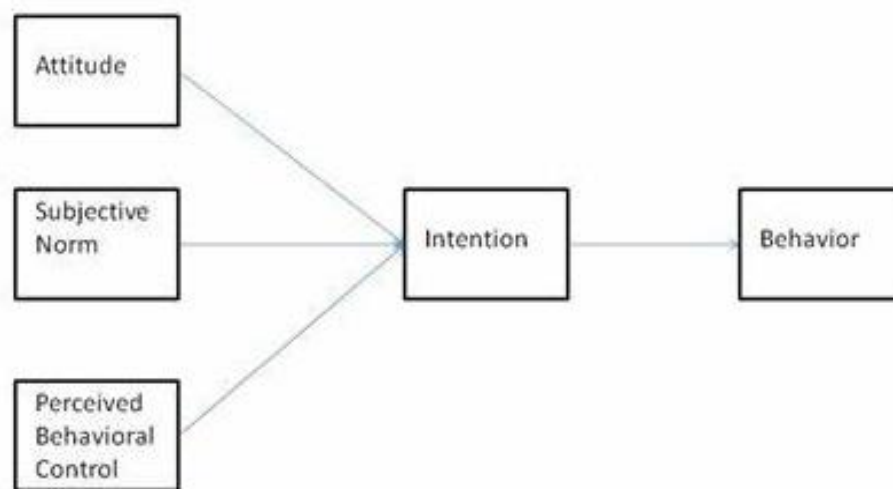
Sumber: Ajzen (1991)

Gambar 2.1 menjelaskan bahwa *theory of reasoned action* merupakan proses pengambilan keputusan perilaku dimulai dengan pembentukan sikap (*attitude*) individu terhadap suatu tindakan dan norma subjektif (*subjective norm*) yang muncul dari pandangan sosial serta tekanan dari lingkungan sekitarnya. Sikap tersebut mencakup evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku yang bersangkutan, sementara norma subjektif melibatkan persepsi individu terhadap norma sosial dan pengaruh sosial dari orang-orang terdekat. Langkah berikutnya adalah pembentukan niat (*intention*), yang merupakan keinginan sadar untuk melaksanakan atau menghindari suatu perilaku. Niat ini dipengaruhi oleh kombinasi sikap dan norma subjektif. Akhirnya, perilaku (*behavior*) adalah hasil langsung dari niat tersebut. Proses ini menciptakan suatu lingkaran di mana perilaku sebelumnya dapat memengaruhi dan memodifikasi sikap serta norma subjektif, yang pada gilirannya mempengaruhi niat dan perilaku di masa depan.

Menurut analisis Ajzen (1991), *Theory of Reasoned Action* (TRA) hanya dapat digunakan untuk perilaku yang sepenuhnya berada di bawah kontrol individu

tersebut, dan tidak sesuai jika digunakan untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kontrol individu karena adanya faktor lain yang kemungkinan dapat menghambat atau mendukung tercapainya niat individu untuk berperilaku.

Theory of Reasoned Action (teori tindakan beralasan) kemudian diperluas dan dimodifikasi kembali oleh Icek Ajzen menjadi *Theory of planned behavior* yaitu teori perilaku terencana. Dalam *theory of planned behavior*, Ajzen (1991) menambahkan satu faktor anteseden yaitu *perceived behavioral control*.



Gambar 2.2 Theory Planned Behavior

Sumber: Ajzen (1991)

Dari gambar 2.2. *theory of planned behavior* tersebut, menjelaskan bagaimana perilaku seseorang dapat diprediksi melalui tiga komponen utama, yaitu :

- a. Sikap (*Attitude*), Pada tahap pertama, seseorang membentuk sikap terhadap perilaku yang akan dilakukannya. Sikap ini mencakup evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku tersebut.
- b. Norma Subjektif (*Subjective Norms*), Selanjutnya, individu mempertimbangkan norma-norma sosial dan ekspektasi orang-orang di sekitarnya terhadap perilaku yang akan dilakukannya. Ini mencakup pandangan orang-orang terdekat, keluarga, teman, atau masyarakat umum. Jika seseorang percaya bahwa orang-orang di sekitarnya mendukung perilaku

tertentu, hal itu dapat meningkatkan kemungkinan pelaksanaan perilaku tersebut.

- c. Kendali Perilaku (*Perceived Behavioral Control*), komponen ketiga melibatkan persepsi individu terhadap sejauh mana dia memiliki kendali atas perilaku yang akan dilakukannya. Faktor-faktor seperti keterampilan, sumber daya, dan hambatan potensial dapat memengaruhi kendali perilaku. Semakin besar kendali yang dirasakan, semakin besar kemungkinan individu untuk melaksanakan perilaku tersebut.

Integrasi dari ketiga komponen ini membentuk niat (*intention*) individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Niat ini selanjutnya dihubungkan dengan tindakan aktual, membentuk hubungan antara faktor-faktor psikologis dan perilaku nyata. Dalam keseluruhan, Theory of Planned Behavior memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia. Ajzen (1991) menyatakan bahwa niat (*intention*) untuk melakukan suatu perilaku merupakan hasil dari interaksi kompleks antara sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Niat ini kemudian menjadi prediktor kuat dari perilaku aktual. Namun, Ajzen juga mengakui bahwa faktor-faktor eksternal, seperti situasi atau kendala lingkungan, juga dapat memengaruhi kemampuan seseorang untuk menerjemahkan niat menjadi tindakan konkret. Dengan demikian, Ajzen memperkenalkan konsep kendali perilaku untuk memberikan pandangan lebih holistik tentang bagaimana faktor internal dan eksternal berinteraksi dalam membentuk perilaku manusia. Model ini telah diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk kesehatan, lingkungan, dan perilaku konsumen.

2.1.3 *Green Purchase Attitude* pada *Green Purchase Intention* Mobil Listrik

Attitude mengacu pada sejauh mana individu memiliki penilaian terhadap sesuatu baik yang diinginkan maupun tidak diinginkan (Ajzen, 1991) hal ini dikuatkan oleh Manstead (2019) yang menyatakan bahwa sikap berperan dalam mempengaruhi pilihan individu. *Attitude* telah diidentifikasi sebagai prediktor perilaku (Casaló & Escario, 2018). Menurut Ajzen (2019) dan Rhodes & Courneya (2003) konsep sikap meliputi dua subkomponen, yaitu afektif dan instrumental. Dalam hal ini, subkomponen afektif dikonseptualisasikan

berdasarkan evaluasi pribadi, terutama kecenderungan dan keinginan untuk perilaku tertentu. Subkomponen instrumental berhubungan dengan penilaian individu apakah perilaku tertentu dianggap menguntungkan atau merugikan (Rhodes & Courneya, 2003). Menurut Alzahrani et al. (2019), penyebaran mobil listrik hibrid preferensi yang dilihat oleh pengguna mobil yang menjadi hal yang penting dan dapat menentukan *attitude* mereka terhadap perilaku. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Wang et al. (2016) bahwa proses adopsi mobil hybrid mungkin melibatkan evaluasi dan perspektif, baik perspektif positif maupun negatif dalam mengadopsi perilaku ramah lingkungan, apakah akan mengadopsi atau menolak. Demikian juga Ozaki (2011) mengemukakan bahwa sikap pelanggan potensial secara signifikan mempengaruhi adopsi teknologi baru seperti mobil listrik. Menurut Alzahrani et al (2019), mengenai penyebaran mobil ramah lingkungan, preferensi yang dilihat oleh pengguna mobil sangat penting dan dapat menentukan *attitude* mereka terhadap perilaku. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mamun (2019) yang dilakukan di Malaysia bahwa *attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi mobil ramah lingkungan. Demikian juga dengan hasil penelitian Tu & Yang (2019), Asadi et al. (2021), bahwa *attitude* berpengaruh terhadap niat beli produk ramah lingkungan. Dari hal-hal tersebut di atas, perlu penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *attitude* terhadap niat beli mobil listrik berbasis baterai.

2.1.4 Subjectif Norms pada Green Purchase Intention Mobil Listrik

Norma subjektif merupakan persepsi seseorang akan adanya tekanan dari lingkungan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Dengan kata lain norma subyektif adalah pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku. Hal ini senada dengan Kazemi (2013) yang menyatakan bahwa *subjective norm* mengacu pada pendapat seseorang yang berada di sekitar kita yang akan mempengaruhi perilaku. Dengan kata lain, *subjective norm* mengacu pada tekanan yang dirasakan untuk terlibat dalam perilaku atau tidak. Pengaruh *subjective norm*, menjadi pengaruh utama dalam pengambilan keputusan pembelian dimana pengaruh *subjective norm* mampu untuk

menyarankan, mengolah dan memperkuat suatu tindakan atau perilaku pembelian konsumen.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *subjective norm* ialah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yaitu keluarga, teman dekat, hingga rekan kerja yang akan memengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku, dan melakukan hal yang benar dan juga memotivasi untuk memenuhi apa yang orang lain harapkan dari mereka. *Subjective norms* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat beli mobil ramah lingkungan (Tu & Yang, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Mamun (2019) dan Asadi et al. (2021) yang mengemukakan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi mobil ramah lingkungan *hybrid*. Namun hasil yang berbeda dikemukakan oleh Tanwir (2020) yang menyatakan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap niat beli mobil hybrid. Dari hal-hal tersebut di atas, perlu penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *subjective norms* terhadap niat beli mobil listrik berbasis baterai.

2.1.5 Perceived Behavioral Control pada Green Purchase Intention Mobil Listrik

Perceived behavioral control merupakan variable ketiga dalam *theory of planned behavior*. *Perceived behavioral control* merupakan penilaian atas kemudahan melakukan suatu tindakan dengan keterampilan sumber daya, dan peluang yang diperlukan orang tersebut untuk berhasil melakukan tindakan tersebut (Ajzen, 1991). Faktor kemudahan atau kesulitan dalam menampilkan perilaku dapat berasal dari pengalaman sebelumnya, hambatan atau kesulitan yang diantisipasi serta kontrol yang dimiliki untuk dapat melaksanakan perilaku tertentu.

Dalam hal *Perceived Behavioral Control dan Green Purchase Intention* pada Mobil Listrik berarti apa yang calon pikirkan tentang mobil listrik, teknologi, kemudahan pengoperasian, kemampuan untuk beradaptasi dan mengontrol mobil listrik (Axsen et al., 2012). Berdasarkan definisi *perceived behavioral control* di atas, dapat disimpulkan bahwa *perceived behavioral control* merupakan penilaian seseorang tentang kemudahan atau kesulitan sebagai pengendalian yang dimiliki oleh seseorang. Dalam sebuah penelitian tentang faktor yang mempengaruhi niat

beli mobil hybrid di negara Malaysia menyebutkan bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan (Tanwir, 2020). Hasil ini sejalan dengan Mamun (2019) yang menyebutkan bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi mobil ramah lingkungan. Demikian pula dengan yang dikemukakan oleh Tu & Yang (2019) bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli mobil listrik. Namun hal yang berbeda disampaikan oleh Terry (1995) yang menyampaikan bahwa *perceived behavior control* tidak berpengaruh pada niat perilaku.

2.1.6 Green Purchase Intention pada Mobil Listrik

Purchase intention dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa konsumen akan melakukan pembelian produk tertentu. Selain itu, dapat juga diartikan sebagai rencana dari konsumen untuk melakukan upaya dalam membeli. Kesiediaan pelanggan untuk membeli memiliki probabilitas yang lebih tinggi, meskipun pelanggan belum tentu benar-benar membelinya. Niat beli ditentukan oleh manfaat dan nilai yang dirasakan oleh konsumen (Y. Wang & Tsai, 2014). Menurut Kotler (2009) *purchase intention* adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul keterkaitan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. Ada empat perilaku konsumen yang berhubungan dengan *purchase intention* menurut Tariq *et al.* (2013) yaitu perilaku konsumen dalam merencanakan pembelian terhadap suatu produk namun merasa belum memiliki keyakinan untuk melakukan pembelian, perilaku berupa tindakan pasti dalam melakukan pembelian pada suatu produk, dan memikirkan untuk membeli kembali produk di masa yang akan datang serta melakukan pembelian sebenarnya di masa yang akan datang.

Produk ramah lingkungan telah menarik perhatian (*attention*) konsumen. Lingkungan sehari-hari konsumen mengandung banyak informasi, sebagian besar dibuat melalui strategi pemasaran. Interpretasi melibatkan interaksi antara pengetahuan dalam memori dan informasi dari lingkungan. Informasi lingkungan yang masuk mengaktifkan pengetahuan yang relevan dalam memori, yang dapat berupa skema atau struktur pengetahuan skrip. Pengetahuan yang diaktifkan

mempengaruhi informasi yang diperhatikan konsumen dan bagaimana mereka memahami maknanya. Karena sistem kognitif mereka memiliki kapasitas terbatas, konsumen dapat secara sadar memperhatikan dan memahami hanya sejumlah kecil informasi pada satu waktu. Banyak pemrosesan perhatian dan pemahaman terjadi dengan cepat dan otomatis dengan sedikit atau tanpa kesadaran.

Green purchase intention dapat didefinisikan sebagai suatu keinginan seorang individu untuk mempertimbangkan dan menyukai sebuah *green product* dibandingkan produk konvensional atau tradisional yang diproses melalui suatu proses pengambilan keputusan (Mohd Suki, 2016). Menurut Supandini dan Pramudana (2017) niat beli produk ramah lingkungan merupakan jenis perilaku ramah lingkungan yang menunjukkan kepedulian konsumen terhadap lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya peningkatan niat dalam proses pembelian produk yang ramah lingkungan, maka akan menimbulkan kemungkinan bagi konsumen untuk melakukan pembelian sebenarnya.

Akbar *et al.* (2014) mendefinisikan *green purchase intention* merupakan minat konsumen dalam menggunakan produk yang memiliki dampak kecil terhadap lingkungan. Definisi berbeda dikemukakan oleh Chin *et al.* (2020) bahwa *green purchase intention* merupakan keinginan konsumen untuk membeli produk setelah mereka menyadari bahwa produk yang akan dibeli berupa *green product* atau *green brand*. Menurut Strizhakova and Coulter (2013) konsumen lebih menyukai untuk membeli produk ramah lingkungan karena memperoleh manfaat lingkungan dan sosial, dan bersedia membeli produk lebih banyak untuk proses pembelian secara berkelanjutan. Ketika konsumen memiliki kesadaran terhadap lingkungan melalui *green product*, hal tersebut mengakibatkan peningkatan niat pembelian konsumen terhadap *green product* di masa yang akan datang.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Pada sub-bab berikut terdapat beberapa jurnal internasional yang membahas mengenai pengaruh *environmental knowledge*, *theory of planned behavior* dan *green product purchase intention*. Pembahasan terkait jurnal penelitian terdahulu dimaksudkan untuk menjadi referensi peneliti dan membantu memudahkan penyusunan pada peneliti.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Pembahasan
1	Tanwir (2020)	<p><i>Predicting Purchase Intention of Hybrid Electric Vehicles: Evidence from an Emerging Economy</i></p> <p>Sumber :</p> <p><i>World Electric Vehicle Journal 2020, 11, 35; doi:10.3390/wevj11020035</i></p> <p>Publisher : MDPI</p> <p>Journal Rank : Q2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Green Purchase Attitude</i> • <i>Subjective Norms</i> • <i>Perceived Behavioral Control</i> • <i>Environmental Knowledge.</i> 	<p>Penelitian ini menyebutkan faktor-faktor yang menjadi sumber minat beli (<i>purchase intention</i>) mobil hybrid dengan menggunakan 256 <i>sample</i> masyarakat di Malaysia yang memiliki mobil. Dan menggunakan perangkat lunak SPSS 26. Variabel yang diteliti antara lain <i>green purchase attitude</i>, <i>subjective norms</i>, <i>Perceived Behavioral Control</i> dan <i>environmental knowledge</i>. Penelitian ini menyebutkan bahwa faktor-faktor di atas yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli mobil hybrid adalah <i>perceived behavioral control</i> dan <i>environmental knowledge</i>. Sedangkan faktor <i>green purchase attitude</i> dan <i>subjective norms</i> memiliki pengaruh yang tidak signifikan.</p>

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Pembahasan
2	Mohiuddin, Muhammad Al Mamun, Abdullah Syed, Fazal Ali Masud, Muhammad Mehedi Su, Zhan (2018)	<p><i>Environmental knowledge, awareness, and business school students' intentions to purchase green vehicles in emerging countries.</i></p> <p><i>Sumber :</i></p> <p><i>Sustainability 2018, 10, 1534;</i> <i>doi:10.3390/su10051534</i></p> <p><i>Publisher : MDPI</i></p> <p><i>Journal Rank :Q2</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Environmental Knowledge</i> • <i>Attitudes toward Green Vehicles</i> • <i>Perceived Behavioral Controls</i> • <i>Intentions to Purchase Green Vehicles</i> 	<p>Menggunakan <i>theory of planned behavior</i> penelitian ini bertujuan untuk menguji niat siswa bisnis negara berkembang untuk membeli kendaraan ramah lingkungan. Data dikumpulkan melalui wawancara tatap muka. Peserta studi termasuk siswa yang saat ini terdaftar di Sekolah Bisnis di Universitas Malaysia Kelantan (UMK), Universitas Teknologi MARA (UiTM), dan Sekolah Tinggi Teknologi Darulnaim (KTD), di Kelantan; Malaysia; sampel berjumlah 200 mahasiswa dari ketiga universitas tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis data, dengan memanfaatkan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap positif mahasiswa bisnis terhadap kendaraan ramah lingkungan. Demikian juga sikap terhadap perilaku memiliki hubungan positif dan signifikan.</p>

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

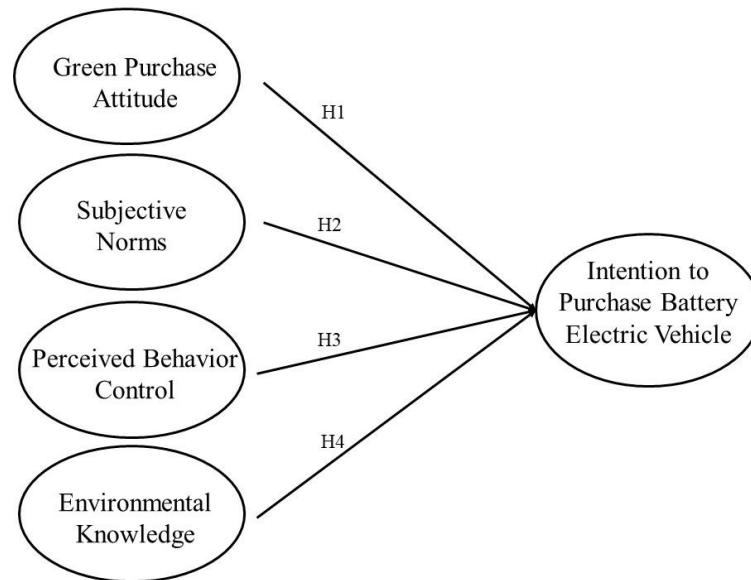
No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Pembahasan
3	Mamun Abdullah, Masud, Muhammad Fazakm Ali Syed Muniady, Rajend (2019)	<i>Green Vehicle adoption behavior among low-income households:evidence from coastal Malaysia</i> <i>Sumber :</i> <i>Environmental Science and Pollution Research</i> 26, pages 27305–27318 https://doi.org/10.1007/s11356-019-05908-2 <i>Publisher : Springer</i> <i>Journal Rank : Q2</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Attitude Toward Green Product, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control</i> • <i>Environmental concern</i> • <i>Intention to adopt green vehicle</i> 	Penelitian dilakukan di Malaysia menggunakan 380 sample dengan perangkat SEM-PLS. penelitian menggunakan model <i>TPB (Theory of Planned Behavior)</i> . Hasil peneltitian menyebutkan <i>Attitude Toward Green Product, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap intention to adopt green vehicle. Environmental concern membentuk attitude untuk mengadopsi mobil ramah lingkungan.
4	Tu & Yang (2019)	<i>Key Factors Influencing Consumers Purchase of Electric Vehicles</i> <i>Sumber :</i> <i>Sustainability</i> 2019, 11, 3863; doi:10.3390/su11143863 <i>Publisher : MDPI</i> <i>Journal Rank : Q2</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Purchase Intention</i> • <i>Attitudes toward Behavior</i> • <i>Subjective Norm</i> 	Penelitian ini menggunakan kerangka teoritis berbasis Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM), dan Innovation Diffusion Theory (IDT) untuk mengeksplorasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi pembelian konsumen terhadap kendaraan listrik. Faktor-faktor yang memengaruhi niat beli kendaraan listrik telah diteliti dengan menggunakan sample sebanyak 114 orang dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Pembahasan
				<p>Penelitian ini menemukan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol sikap yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi minat beli produk ramah lingkungan.</p>
5	<p>Shahla Asadi, Mehrbakhsh Nilashi, Sarminah Samad, Rusli Abdullah, MarwanMahmoud, Monagi H. Alkinani, Elaheh Yadegaridehkordi (2021)</p>	<p><i>Factors Impacting Consumers' Intention toward Adoption of Electric Vehicles in Malaysia</i></p> <p>Sumber : <i>Journal of Cleaner Production</i>,282, 124474 https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124474 Publisher : Elsevier Journal Rank :Q1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Value</i> • <i>Attitude</i> • <i>Subjective Norms</i> • <i>Personal Norms</i> • <i>Perceived Consumer Effectiveness</i> • <i>Awareness of Consequences</i> 	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan kendaraan listrik. Dengan menggunakan sebuah model telah dikembangkan berdasarkan dua model teoretis yang disebut Model Aktivasi Norma dan <i>Theory of Planned Behavior</i>. Penelitian yang dilakukan di Malaysia ini mengumpulkan 177 kuesioner yang valid dan faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli kendaraan listrik dianalisis secara empiris menggunakan model persamaan struktural. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi nilai, sikap, anggapan tanggung jawab, norma subjektif, norma pribadi, persepsi efektivitas konsumen, dan kesadaran akan konsekuensi mempengaruhi niat beli kendaraan listrik konsumen secara signifikan dan positif.</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Model kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu yang menjadi referensi utama penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tanwir (2020). Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan dimulai dengan variabel *green purchase attitude* apakah mempengaruhi variabel *green purchase intention battery electric vehicle*, kemudian dilanjutkan penelitian pada variabel *subjective norms* apakah mempengaruhi variabel *green purchase intention battery electric vehicle*, kemudian dilanjutkan penelitian pada variabel *perceived behavior control* apakah mempengaruhi variabel *green purchase intention battery electric vehicle* dan variabel *environmental knowledge* apakah mempengaruhi variabel *green purchase intention battery electric vehicle*. Variabel yang digunakan pada penelitian memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tanwir (2020), namun ada beberapa hal yang akan menjadi pembeda dari penelitian Tanwir (2020) adalah penelitian yang dilakukan Tanwir (2020) adalah mobil hybrid atau mobil dengan bahan bakar minyak dan baterai listrik serta responden berada di Malaysia, sedangkan dalam penelitian ini *green purchase intention battery electric vehicle* atau mobil dengan tenaga penggeraknya murni menggunakan baterai dan sebagai referensi utama

adalah bahwa responden yang akan dipilih merupakan responden yang memiliki mobil di Indonesia.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, landasan teori, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka hipotesis yang akan diajukan peneliti untuk menunjukkan pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H1: Green purchase attitude berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *green purchase intention battery electric vehicle* di Indonesia.

H2: Subjective norms berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *green purchase intention battery electric vehicle* di Indonesia.

H3: Perceived behavior control berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *green purchase intention battery electric vehicle* di Indonesia.

H4: Environmental knowledge berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *green purchase intention battery electric vehicle* di Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Karakteristik Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Sanusi (2016), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang disusun untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Sedangkan, penelitian kausal merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk meneliti apakah terdapat hubungan sebab-akibat antar variable.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif. Menurut Indriatoro dan Supomo (2016), metode kuantitatif disebut juga dengan paradigm tradisional (*traditional*), positivis (*positivist*), eksperimental (*experimental*), atau empirisis (*empiricist*). Metode kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Berdasarkan waktu pelaksanaannya, jenis penelitian ini menggunakan waktu pelaksanaan berupa *cross-sectional*, dimana penelitian ini melakukan pengumpulan data yang dilakukan dalam satu periode waktu penelitian. Menurut Sujarweni (2015), metode *cross-sectional* adalah metode yang menggunakan angka statistik, mencari hubungan sebab-akibat terhadap data yang dilakukan dalam waktu singkat dan tempat tertentu, dan kemudian data tersebut diolah, dianalisis, dan ditarik kesimpulan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari responden. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) data yang diperoleh langsung dari responden disebut sebagai data primer, yang berupa data seperti wawancara, observasi, atau kuesioner terhadap responden.

Berdasarkan uraian diatas, karakteristik penelitian ini dirangkum dalam tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3. 1
Karakteristik Penelitian

No.	Karakteristik Penelitian	Jenis Penelitian
1.	Berdasarkan tujuan	Deskriptif dan kausal
2.	Berdasarkan metode	Kuantitatif
3.	Berdasarkan waktu pelaksanaan	<i>Cross-sectional</i>
4.	Berdasarkan jenis data	Primer

Sumber: Data yang telah diolah, 2023

3.2 Variabel Penelitian

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai jenis variabel, operasional variabel, dan juga skala pengukuran dari variabel. Tujuan penelitian sub bab ini adalah untuk memudahkan dalam membedakan rancangan penelitian dan juga metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya.

3.2.1 Jenis Variabel

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya harus diturunkan menjadi operasional variabel. Tujuan dibentuknya operasional variabel adalah untuk memudahkan dalam melakukan pengujian hipotesis yang telah dirancang oleh para peneliti sebelumnya. Menurut Sanusi (2016) variabel adalah suatu fenomena yang dijadikan sebagai konsep atau konstruk dan telah diberikan nilai. Menurut Zikmund *et al.* (2010) mendefinisikan variabel sebagai segala hal yang acak atau berubah dari satu keadaan terhadap keadaan yang lainnya. Variabel dapat menimbulkan perbedaan persepsi dalam nilai yang umumnya merujuk pada kekuatan atau arah.

Jenis variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi timbulnya variabel dependen. Menurut Indriartoro dan Supomo (2016), variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen disebut juga sebagai variabel yang diduga sebagai sebab atau variabel yang mendahului. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan variabel dependen adalah tipe variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen disebut sebagai variabel konsekuensi atau variabel yang diduga sebagai akibat.

Pada penelitian ini, variabel bebas (X) yang digunakan adalah *Green purchase attitude*, *subjective norms*, *perceive behavior control* dan *environmental knowledge* sebagai penyebab yang mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu *Green purchase intention battery electric vehicle* sebagai variabel yang dipengaruhi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif karena pengumpulan data dan bentuk data merupakan data numerik.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan seluruh variabel yang terdapat dalam penelitian yang digunakan dalam menyusun kerangka pemikiran yang terdiri dari variabel dependen, independen, *moderating*, *intervening*, maupun kontrol (Indrawan & Yaniawati, 2016). Sekaran dan Bougie (2016) juga mendefinisikan bahwa operasional variabel merupakan proses yang dilakukan untuk mengurangi keabstrakan konsep dari variabel sehingga menjadikan variabel tersebut dapat diukur dalam bentuk yang nyata. Dalam penelitian ini, variabel operasional yang digunakan oleh peneliti hanya terdiri atas variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Pernyataan yang digunakan dalam penelitian	Data Pengukuran	Item
<i>Green Purchase Attitude (GPA)</i>	Tanwir (2020) mengemukakan bahwa green purchase attitude mengacu pada sejauh mana seorang individu memiliki penilaian atau penilaian perilaku yang diinginkan atau tidak diinginkan.	Membeli mobil listrik adalah suatu hal yang bagus	Ordinal	GPA1
		Membeli mobil listrik adalah suatu hal yang bermanfaat	Ordinal	GPA2
		Membeli mobil listrik adalah suatu hal yang berharga	Ordinal	GPA3
		Membeli mobil listrik adalah suatu hal yang memuaskan	Ordinal	GPA4
		Membeli mobil listrik ramah lingkungan adalah suatu hal yang bernilai	Ordinal	GPA5
<i>Subjective Norm (SN)</i>	Tanwir (2020) mengemukakan bahwa <i>subjective norm</i> deskriptif diukur berdasarkan penilaian individu terhadap ada atau tidaknya suatu perilaku yang dilakukan oleh lingkungan sosialnya	Jika saya membeli mobil listrik, kebanyakan orang yang penting bagi saya akan setuju dengan keputusan saya	Ordinal	SN1
		Jika saya membeli mobil listrik, kebanyakan orang yang penting bagi saya akan menghargai pembelian saya	Ordinal	SN2
		Jika saya membeli mobil listrik, kebanyakan orang yang penting bagi saya akan menganggapnya sebagai pembelian yang diinginkan	Ordinal	SN3

Tabel 3. 2
Operasional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Konsep	Pernyataan yang digunakan dalam penelitian	Data Pengukuran	Item
		Jika saya membeli mobil listrik, kebanyakan orang yang penting bagi saya akan mendukung keputusan pembelian saya	Ordinal	SN4
		Jika saya membeli mobil listrik, itu akan konsisten terhadap trend sosial	Ordinal	SN5
<i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i>	Tanwir (2020) mengemukakan bahwa <i>perceived behavioral control</i> berkaitan dengan penilaian individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku serta mengacu pada kontrol mutlak individu dalam melakukan perilaku tertentu.	Saya yakin memiliki kemampuan untuk membeli mobil listrik	Ordinal	PBC1
		Jika sepenuhnya terserah saya, saya yakin akan membeli mobil listrik	Ordinal	PBC2
		Saya melihat diri saya mampu membeli mobil listrik di masa depan	Ordinal	PBC3
		Saya memiliki keinginan membeli mobil listrik	Ordinal	PBC4
		Kemungkinan ada banyak peluang bagi saya untuk membeli mobil listrik	Ordinal	PBC5
		Saya merasa bahwa membeli mobil listrik sepenuhnya berada dalam kendali saya	Ordinal	PBC6

Tabel 3. 2
Operasional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Konsep	Pernyataan yang digunakan dalam penelitian	Data Pengukuran	Item
<i>Environmental Knowledge (EK)</i>	Tanwir (2020) mengemukakan bahwa Pengetahuan lingkungan mengacu pada pengetahuan individu tentang lingkungan dan isu-isu mendesak di sekitarnya, seperti perubahan iklim, penggundulan hutan, dan pencemaran laut dari limbah yang tidak dapat terurai. Pengetahuan lingkungan mencakup gagasan tentang kemampuan atau efikasi diri individu yang berkaitan dengan pemahaman dan evaluasi kegiatan masyarakat dan dampaknya terhadap ekosistem	Saya mengetahui tentang isu-isu lingkungan	Ordinal	EK1
		Dibandingkan orang awam, saya lebih memahami isu-isu berkaitan dengan lingkungan	Ordinal	EK2
		Saya tahu cara memilih kendaraan yang menghasilkan emisi karbon paling sedikit	Ordinal	EK3
		Saya memahami dampak lingkungan dari konsumsi mobil konvensional	Ordinal	EK4
		Saya tahu bahwa membeli mobil listrik lebih aman terhadap lingkungan dibandingkan dengan mobil konvensional	Ordinal	EK5
<i>Green Purchase Intention Battery Electric Vehicle</i>	Tanwir (2020) mengemukakan bahwa <i>intention to purchase</i> mobil yang ramah lingkungan	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli mobil listrik	Ordinal	GPI1
		Saya akan mempertimbangkan untuk beralih ke mobil listrik	Ordinal	GPI2

Tabel 3. 2
Operasional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Konsep	Pernyataan yang digunakan dalam penelitian	Data Pengukuran	Item
(GPI)	merupakan keinginan untuk membeli mobil ramah lingkungan atau beralih dari mobil konvensional ke mobil yang ramah lingkungan	Saya lebih suka mobil listrik daripada mobil konvensional	Ordinal	GPI3
		Saya lebih suka mobil listrik meskipun harganya lebih mahal dibandingkan mobil konvensional	Ordinal	GPI4
		Saya pikir membeli mobil listrik adalah pembelian berharga yang pro kepada lingkungan	Ordinal	GPI5

Sumber : Tanwir (2020)

3.2.3 Skala Pengukuran

Zikmund *et al.* (2010) mendefinisikan skala sebagai suatu hal yang memiliki fungsi dalam memberikan ukuran yang berhubungan dengan nilai yang berbeda dalam konsep yang diteliti atau diukur. Zikmund *et al.* (2010) juga menjelaskan bahwa pengukuran merupakan suatu proses yang menggambarkan suatu karakteristik atau ciri dari fenomena yang diuji atau diukur dengan memberikan nomor dalam cara yang reliabel dan valid. Kesimpulan dari skala pengukuran adalah suatu hal yang dapat menunjukkan ukuran atau nilai terhadap suatu karakteristik atau ciri tertentu dari fenomena yang akan dilakukan uji dengan cara yang reliabel dan valid.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala *likert*. Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikan skala *likert* sebagai skala yang dirancang untuk mengidentifikasi seberapa kuat jawaban responden atau seberapa setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Berikut skala yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Tabel 3. 3
Skala Likert

Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: Data yang telah diolah, 2023

Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan enam titik sesuai dengan yang tertera pada tabel 3.3 skala *likert* di atas. Penelitian ini menggunakan skala dengan jumlah enam titik dikarenakan untuk menghindari adanya kesalahan pernyataan responden terhadap pertanyaan yang diberikan. Zikmund *et al.* (2010) menyatakan bahwa semakin banyak penggunaan nilai skala dalam suatu penelitian maka kesalahan yang akan muncul karena banyaknya asumsi perbedaan antara satu poin dengan poin lainnya yang hampir memiliki kemiripan akan semakin berkurang dan juga semakin banyaknya nilai skala yang digunakan dalam penelitian maka tingkat reliabilitas dan validitas penelitian akan semakin tinggi. Silalahi (2015) juga mengemukakan pendapat dalam hal yang mendukung penggunaan skala enam titik bahwa jika tujuan akhir yang diinginkan adalah jawaban dikotomi maka lebih baik menggunakan skala dengan jumlah jawaban yang genap.

3.3 Populasi dan Sampel

Suatu penelitian dilakukan oleh peneliti terhadap suatu masalah yang terjadi. Dalam melakukan sebuah penelitian, peneliti diharuskan dapat menentukan populasi yang akan dipilih dan diteliti untuk memudahkan proses analisa data. Tidak semua data yang didapatkan dari populasi akan diolah, digunakan, maupun

dianalisa, maka diperlukanlah sampel penelitian sebagai objek yang mewakili populasi.

3.3.1 Populasi

Menurut Sanusi (2016) populasi adalah sekelompok elemen yang memiliki ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dimana elemen tersebut mengindikasikan jumlah dan karakteristik dari kumpulan tersebut. Populasi menurut Sujarweni (2015) adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan, populasi menurut Sekaran dan Bougie (2016) membahas mengenai seluruh kelompok dari orang, keadaan, atau berbagai hal yang menarik untuk dilakukan penelitian. Penelitian ini mengambil populasi dari masyarakat yang menggunakan kendaraan mobil di Indonesia.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Sekaran dan Bougie (2016) bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang dapat mewakili atau menjelaskan populasi tersebut. Ada dua macam cara dalam penarikan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non-probability*. *Probability sampling* berarti probabilitas setiap anggota sampel dapat ditentukan. *Non-probability* sampling tidak dapat ditentukan, sehingga tidak dapat dilakukan generalisasi diluar sampel yang akan diteliti. (Pandjaitan & Ahmad, 2017). Sehingga, metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini termasuk ke dalam kategori *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Sampel dalam penelitian ini adalah sampel dengan kriteria yang memiliki kendaraan mobil di Indonesia.

Secara umum, sampel digunakan untuk memudahkan peneliti untuk mengetahui kesimpulan dari penelitian dengan mudah karena sampel dapat mewakili seluruh populasi. Menurut Ghozali (2007) analisis SEM didasarkan pada

jumlah sampel yang besar, dapat digunakan sampel berkisar 200 – 500 sampel, sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil adalah 427.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sebuah penelitian diharuskan untuk melakukan pengumpulan data karena data-data tersebut merupakan komponen-komponen yang penting untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data penelitian tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Sujarweni (2015) yang menyatakan bahwa pengumpulan data adalah proses/cara untuk memperoleh data/informasi yang akan digunakan oleh peneliti yang diperoleh dari responden yang sesuai dengan ruang lingkup penelitian.

3.4.1 Jenis Data

Data merupakan hasil pengukuran atau pengamatan dari suatu variabel yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda antara satu data dengan data yang lainnya. Sanusi (2016) dalam penelitiannya menjelaskan pembagian data dikelompokkan berdasarkan jenis data dan sumber data. Jenis data membahas tentang data apa yang ingin dan yang harus diteliti oleh peneliti berdasarkan data yang diperoleh. Sedangkan, menurut sumbernya data dikelompokkan menjadi dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) data primer merupakan data mentah yang dikumpulkan oleh peneliti dari tangan pertama melalui upaya pengambilan data dari lapangan langsung untuk dilakukannya analisis dengan tujuan mencari solusi dari masalah yang diteliti, sedangkan data sekunder merupakan data yang telah ada sebelumnya dan peneliti tidak perlu mengumpulkan kembali data tersebut.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Sebuah penelitian diharuskan untuk melakukan pengumpulan data supaya dapat memudahkan peneliti dalam mencapai kesimpulan dari penelitiannya. Dalam mengumpulkan data suatu penelitian terdapat beberapa metode pengumpulan data yang dapat digunakan oleh peneliti.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) metode pengumpulan data terdiri dari beberapa metode diantaranya berupa wawancara, observasi, kuesioner atau angket, pengukuran fisik, dan *unobtrusive*. Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan

yaitu data primer dan metode pengumpulan data berupa survei, dengan cara menyebarkan kuesioner secara online menggunakan link *google form*.

Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikan kuesioner atau angket sebagai suatu teknik pengumpulan data yang berisi beberapa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis yang kemudian diberikan kepada responden untuk dapat menjawab pertanyaan tersebut yang pada umumnya jawaban kuesioner dari responden merupakan jawaban yang tertutup sesuai dengan jawaban yang telah dipilihnya. Kuesioner atau angket umumnya digunakan untuk pengumpulan data kuantitatif dengan jumlah responden yang cukup besar. Kuesioner pada penelitian ini disebarluaskan melalui *googleform* kepada responden dengan kriteria yang memiliki kendaraan mobil di Indonesia. Penyebaran melalui media sosial seperti whatsapp dan juga channel-channel youtube yang membahas tentang mobil listrik. Dalam kuesioner terdapat berbagai pernyataan pengaruh *green purchase attitude*, *subjective norms*, *environmental knowledge* dan *intention to purchase* pada produk mobil listrik di Indonesia.

Selain menggunakan data primer berupa kuesioner atau angket, penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Menurut Indriartoro dan Supomo (2016), data sekunder (*secondary data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Pada penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti jurnal (jurnal internasional atau jurnal nasional), buku, dan artikel yang telah dihasilkan oleh peneliti sebelumnya untuk membantu mengumpulkan data.

3.5 Validitas dan Reabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sekaran and Bougie (2016) validitas merupakan sebuah tes yang mengukur seberapa baik suatu instrumen atau alat pengumpul data terhadap konsep yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, uji validitas memiliki tujuan untuk menguji apakah instrumen penelitian memenuhi kriteria valid atau tidak supaya dalam penggunaannya menghasilkan informasi yang baik dan akurat.

Pengukuran uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menghitung satu instrumen serta mengukur beberapa indikator dengan

penghitungan yang sudah ditetapkan. Validitas masing-masing indikator dilihat dari besar *loading factor*. Instrumen dikatakan valid apabila besaran *loading factor* $\geq 0,50$ (Ghozali, 2015).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekarang dan Bougie (2016) uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang mengindikasikan tingkat kepercayaan, kehandalan, konsistensi, atau kestabilan hasil pengukuran pernyataan tanpa adanya bias atau *error* dan memberikan jaminan bahwa alat pengumpulan data yang digunakan sepanjang waktu memberikan hasil yang konsisten dan seluruh item dalam instrumen pengumpulan data juga memberikan hasil yang konsisten. Menurut Indrawati (Indrawati, 2015) uji reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan teknik perhitungan, seperti: a. *test retest reliability*, b. *parallel form reliability*, atau c. *internal consistency* yang terdiri dari *split half reliability (spearman-brown correction)*, *Kuder Richardson 20*, *Kuder Ricardson 21*, *Cronbach's Alpha*, dan *construct reliability*.

Formula uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dan yang umumnya sering digunakan dalam penelitian-penelitian terdahulu untuk mengukur korelasi antar item adalah formula *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan program AMOS. Koefisien *Cronbach's Alpha* memiliki nilai minimal 0,70 yang menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas cukup baik (Hair *et al.*, 2014; Indrawati, 2015)

Dalam formula *Cronbach's Alpha* terdapat petunjuk dalam menentukan apakah suatu instrumen cukup andal atau tidak. Berikut formula *Cronbach's Alpha* yang ditunjukkan pada Tabel 3.4:

Tabel 3. 4
Formula *Cronbach's Alpha*

Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	Derajat Keandalan
<0,6	Jelek (<i>Poor</i>)
0,6-0,7	Cukup (<i>Fair</i>)
> 0,7-0,8	Bagus (<i>Good</i>)
> 0,8-0,95	Sangat Bagus (<i>Very Good</i>)
> 0,95-1	Sempurna (<i>Perfect</i>)

Sumber: Zikmund *et al.* (2010)

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) Tingkat keandalan suatu instrumen penelitian pada saat dilakukannya uji reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbach's Alpha* ditentukan oleh koefisien *alpha* yang ditunjukkan oleh besaran koefisien korelasi dari nilai terkecil yaitu 0 hingga nilai yang terbesar yaitu 1 seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.3 di atas. Hasil uji reliabilitas dengan $\alpha \geq 0,7$ menunjukkan bahwa instrumen penelitian sudah cukup layak digunakan dalam penelitian dan sudah cukup konsisten dalam uji reliabilitas.

3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data menjelaskan mengenai bagaimana peneliti dalam suatu penelitian melakukan analisis data terhadap data yang telah diperoleh dan dikumpulkan termasuk dengan bagaimana teknik pengujian yang akan digunakan. Menurut Sanusi (2016) peneliti dalam melakukan penelitian harus menentukan metode statistik apa yang akan digunakan dalam mengolah dan menganalisis data yang telah diperoleh dan dikumpulkan sebelumnya untuk dapat menghasilkan sebuah kesimpulan penelitian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sujarweni (2015) analisis deskriptif merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik data yang berasal dari objek penelitian. Zikmund *et al.* (2010) membahas mengenai analisis deskriptif yang dilakukan dengan cara dilakukannya analisis data sebagai suatu transformasi dari data dengan karakteristik data seperti ukuran kecenderungan sentral, distribusi, dan variabilitas.

Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green purchase attitude*, *subjective norms*, *perceived behavior control* dan *environmental knowledge* terhadap *green purchase intention electric vehicle* dengan responden terhadap responden yang memiliki kendaraan mobil di Indonesia. mengetahui.

Jawaban dari responden memiliki lima kemungkinan jawaban yang ditentukan dalam setiap butir pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden. Lima jawaban pilihan yang diberikan kepada

responden terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Hasil jawaban dari keseluruhan responden yang telah terkumpul akan dilakukan pengolahan dalam bentuk garis kontinum untuk mempermudah proses klasifikasi jawaban dari pernyataan terhadap variabel penelitian. Riduwan dan Kuncoro (2017) menjelaskan langkah-langkah untuk membentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:

1. Melakukan rekapitulasi data dari jawaban responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 427 responden dengan nilai skala tertinggi yaitu lima (5) dan nilai skala terkecil adalah satu (1).

2. Menghitung nilai skor maksimal ideal dan nilai skor terendah.

$$\text{Skor maksimal ideal} = 5$$

$$\text{Skor maksimal terendah} = 1$$

3. Menghitung nilai persentase terbesar dan terkecil.

$$\text{Nilai persentase terbesar} = (5/5) \times 100\% = 100\% \quad (3.1)$$

$$\text{Nilai persentase terkecil} = (1/5) \times 100\% = 20\% \quad (3.2)$$

4. Menghitung nilai rentang persentase.

$$\text{Selisih persentase} = 100\% - 20\% = 80\% \quad (3.3)$$

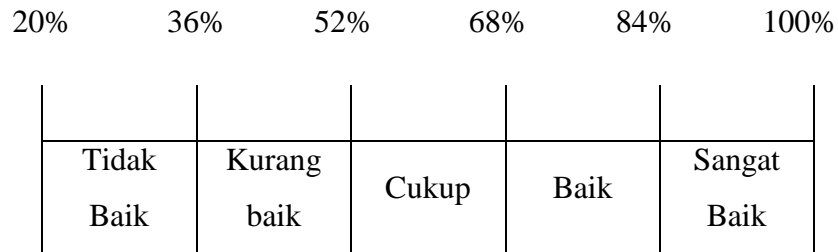
$$\text{Rentang persentase} = 80\% : 5 = 16\% \quad (3.4)$$

5. Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai rentang persentase, klasifikasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Klasifikasi Interpretasi Skor

No.	Klasifikasi	Presentase
1.	Tidak Baik	20% - 36%
2.	Kurang Baik	36% - 52%
3.	Cukup	52% - 68%
4.	Baik	68% - 84%
5.	Sangat Baik	84% - 100%

Jika interpretasi skor ditampilkan dalam bentuk garis kontinum, garis kontinum yang akan muncul adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Garis Kontinum Interpretasi Skor

Sumber: Data yang telah diolah, 2023

3.6.2 Analisis SEM

SEM (*structural equation modeling*) yang awalnya berakar pada karya Sewall Wright (1921) merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk memberikan estimasi dan menguji hubungan kausal dengan cara melakukan integrasi analisis faktor dan juga analisis jalur (Wolfe, 1999). SEM merupakan suatu pengembangan dari metode *general linear model* (GLM) dengan regresi berganda. Kelebihan SEM dibandingkan dengan pendahulunya yaitu *general linear model* adalah bahwa SEM lebih kokoh, jelas, andal, dan ilustratif dibandingkan dengan teknik regresi pada saat melakukan pemodelan interaksi, mengukur kesalahan, non-linearitas, hubungan antar variabel laten independen berganda dan juga korelasi *error terms*. Dalam proses pemodelan SEM, terdapat dua tahapan dasar yang dapat dilakukan yaitu validasi model pengukuran dan pengujian model struktural. SEM dimulai dengan mengembangkan hipotesis, dilanjutkan dengan representasi model, dan juga operasionalisasi variabel dengan instrumen pengukuran dan juga pengujian model (Jogiyanto, 2015).

Secara umum, SEM menurut Hair (2014) terbagi menjadi dua jenis yaitu *covariance based* (AMOS, LISREL, EQS, COSAN, dan EZPATH) dan juga *variance based* (PLS). Perbedaan utama yang membedakan pendekatan *covariance based* SEM dengan *variance based* SEM yaitu tujuan utamanya. Tabel perbandingan antara perbedaan *covariance based* dengan *variance based* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Perbedaan Covarian Based Dengan Variance Based SEM

Kriteria	PLS	CB-SEM
Tujuan	Orientasi prediksi	Orientasi parameter
Pendekatan	Berdasarkan <i>variance</i>	Berdasarkan <i>covariance</i>
Asumsi	Spesifikasi prediktor (<i>nonparametric</i>)	<i>Multivariate normal distribution, independence observation (parametic)</i>
Estimasi Parameter	Konsisten sebagai indikator dan <i>sample size</i> meningkat (<i>consistency at large</i>)	Konsisten
Skor Variabel Laten Sambungan	Secara eksplisit di estimasi	<i>Indeterminate</i>
Hubungan <i>epistemic</i> antara variabel laten dan indikatornya	Dapat dalam bentuk <i>reflective</i> maupun <i>firmative</i> indikator	Hanya dengan <i>reflective</i> indikator
Implikasi Sambungan	Optimal untuk ketepatan prediksi	Optimal untuk ketepatan parameter
Kompleksitas Model	Kompleksitas besar (100 konstruk dan 1000 indikator)	Kompleksitas kecil sampai menengah (kurang dari 100 indikator)
Besarnya Sampel	Kekuatan analisis didasarkan pada porsi dari model yang memiliki jumlah prediktor terbesar. Minimal direkomendasikan berkisar dari 30 sampai 100 kasus	Kekuatan analisis didasarkan pada model spesifik minimal direkomendasikan dari 200 sampai 800

Sumber: Ghazali (2015:9)

3.6.3 Analisis Covariance Based Menggunakan AMOS

Analisis *structure equation model* dengan metode *covariance based* menggunakan fungsi *Maximum Likelihood* (ML), CB-SEM berusaha meminimumkan perbedaan antara *covariance matrix* sampel dengan *covariance matrix* prediksi oleh model teoritis sehingga proses estimasi menghasilkan *residual*

covariance matrix yang nilainya kecil mendekati nol (Haryono & Wardoyo, 2012). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam analisis CB-SEM diantaranya:

- a. Asumsi penggunaan CB-SEM seperti analisis parametrik. Asumsi yang harus dipenuhi yaitu variabel yang diobservasi harus memiliki *multivariate normal distribution* serta observasi harus independen satu sama lain. Jika sample kecil dan tidak asimptotik akan memberikan hasil estimasi parameter dan model statistik yang tidak baik atau bahkan menghasilkan varian negatif yang disebut *Heywood Case*.
- b. Analisis CB-SEM mengharuskan bentuk variabel laten yang indikator-indikatornya bersifat reflektif. Dalam model reflektif, indikator atau manifest dianggap variabel yang dipengaruhi oleh variabel laten sesuai dengan teori pengukuran klasik. Pada model indikator reflektif, indikator-indikator pada suatu konstruk (variabel laten) dipengaruhi oleh konsep yang sama. Perubahan dalam satu item atau indikator akan mempengaruhi perubahan indikator lainnya dengan arah yang sama.

Menurut Mia et al. (2019) analisis CB-SEM mengukur indikator variabel dan korelasi antar konstruk yang secara teoritis telah mendukung dan mengidentifikasi setiap faktor. Analisis CB-SEM dapat diukur salah satunya dengan menggunakan AMOS. AMOS memiliki teknik untuk mengukur model pengukuran dimana Smart-PLS tidak memiliki model pengukuran kecuali hanya model struktural antar konstruk. AMOS lebih kuat untuk menguji teori seperti model fit melalui inkremental fit dan indeks fit mutlak dengan perkiraan pada masing-masing regresi standar. AMOS menyediakan hasil yang lebih kompleks dari garis bawah data empiris yang diuji dari *grounded theory*. AMOS menyediakan keluaran yang sangat kompleks baik secara grafis maupun numerik. Output AMOS menunjukkan indeks fit yang berbeda (*P-value*, CMIN/DF, GFI, AGFI, CFI, TLI, dan RMSEA).

3.6.4 Confirmatory Analysis Factor (CFA)

Untuk memahami SEM, selain harus memahami analisis jalur yang merupakan dasar pembentukan hubungan simultan antara variabel didalam SEM, peneliti juga harus memahami hal penting lain dalam SEM yaitu *confirmatory factor analysis* (CFA).

Confirmatory factor analysis (CFA) digunakan untuk menguji dimensionalitas suatu konstruk atau variabel. Pada umumnya sebelum melakukan analisis model struktural, peneliti terlebih dahulu harus melakukan pengukuran model (*measurement model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk atau variabel laten tersebut dengan melakukan *confirmatory factor analysis* (CFA). CFA diukur melalui kesesuaian grafis dan numerik dengan *grounded theory* untuk menguji apakah model tersebut signifikan secara statistik atau tidak. (Latan, 2012)

Menurut Widarjono (2010), setelah melakukan *confirmatory factor analysis*, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi kesesuaian atau kebaikan suatu model secara menyeluruh yang disebut sebagai “uji kelayakan model”. Terdapat beberapa metode untuk menguji kesesuaian suatu model secara menyeluruh, yang ditunjukkan pada Tabel 3.5 di bawah ini.

Tabel 3. 7
Uji Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Acceptable Match Level</i>
CMIN/DF	chi-square $\leq 2df$ (good fit), $2df < \text{chi-square} \leq 3df$ (marginal fit), chi-square $> 3df$ (bad fit)
p-value	$P \geq 0.05$ (good fit), $p < 0,05$ (bad fit)
GFI	$GFI \geq 0.9$ (good fit), $0.8 \leq GFI \leq 0.9$ (marginal fit)
RMR	$RMR \leq 0.5$ (good fit)
RMSEA	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$ (good fit), $0.08 < RMSEA \leq 1$ (marginal fit)
TLI	$TLI \geq 0.9$ (good fit), $0.8 \leq TLI \leq 0.9$ (marginal fit)
NFI	$NFI \geq 0.9$ (good fit), $0.8 \leq NFI \leq 0.9$ (marginal fit)
AGFI	$AGFI \geq 0.9$ (good fit), $0.8 \leq AGFI \leq 0.9$ (marginal fit)
RFI	$RFI \geq 0.9$ (good fit), $0.8 \leq RFI \leq 0.9$ (marginal fit)
CFI	$CFI \geq 0.9$ (good fit), $0.8 \leq CFI \leq 0.9$ (marginal fit)

Sumber: Widarjono (2010)

Covariance-based SEM (CB-SEM) AMOS mengidentifikasi uji kelayakan model yang baik dapat menggunakan CFI, GFI, AGFI, TLI, RMSEA, dan *P-value* dengan CMIN/DF, persyaratan sampel dengan ukuran jika lebih dari 400 maka pemuatan faktor dengan indeks dapat baik untuk mengidentifikasi model yang cocok, dan asumsi normalitas yang sesuai (Awang et al., 2015).

Dalam suatu penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria *goodness of fit*, akan tetapi tergantung dari *judgment* masing-masing peneliti. Menurut Hair *et al.* (2010) dalam Latan (2012) penggunaan 4–5 kriteria *goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model.

3.6.5 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014) hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah. Hal ini sendada dengan (2012) yang menyatakan bahwa hipotesis adalah penjelasan sementara yang dimunculkan oleh peneliti yang harus dibuktikan oleh fakta di lapangan. Hipotesis umumnya terbagi menjadi dua, yaitu hipotesis alternatif dan hipotesis nol. Hipotesis alternatif adalah hipotesis yang ditawarkan oleh peneliti sedangkan hipotesis nol adalah hipotesis yang diuji. Kedua hipotesis ini setelah disusun harus diubah menjadi hipotesis statistik agar bisa diuji.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Green Purchase Attitude* secara positif dan signifikan memengaruhi niat pembelian mobil listrik baterai di Indonesia, menegaskan pentingnya memperkuat sikap pro-lingkungan dalam masyarakat. Kesadaran dan edukasi mengenai manfaat lingkungan dari penggunaan mobil listrik juga dianggap krusial untuk meningkatkan adopsi sebagai alternatif transportasi berkelanjutan.
2. *Subjective norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian mobil listrik baterai di Indonesia. Variabel *subjective norms* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap *green purchase intention*. Temuan ini menekankan peran penting dukungan dan persetujuan dari lingkungan sosial dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk memilih opsi berkelanjutan seperti mobil listrik..
3. *Perceived behavior control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian mobil listrik baterai di Indonesia, menekankan bahwa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan konsumen terkait mobil listrik serta memastikan ketersediaan sumber daya yang diperlukan dapat menjadi strategi efektif untuk mempercepat adopsi teknologi berkelanjutan ini.
4. *Environmental knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian mobil listrik baterai di Indonesia, menegaskan pentingnya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang isu-isu lingkungan untuk mendorong adopsi mobil listrik baterai di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang diperoleh maka peneliti ingin memberikan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Otomotif

Berdasarkan kesimpulan bahwa *environmental knowledge*, *green purchase attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian mobil listrik baterai di Indonesia, perusahaan otomotif perlu fokus pada strategi pemasaran yang mengedukasi konsumen tentang manfaat lingkungan dan keberlanjutan dari mobil listrik.

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan otomotif terkait upaya untuk meningkatkan *environmental knowledge* dan mendorong masyarakat untuk beralih ke mobil listrik, yaitu:

a. Edukasi dan Kampanye Lingkungan:

- Melakukan kampanye edukasi secara massal mengenai manfaat lingkungan dan keberlanjutan dari penggunaan mobil listrik.
- Mengadakan seminar, workshop, dan acara edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang dampak positif mobil listrik terhadap lingkungan.

b. Kerjasama dengan Pemerintah dan Lembaga Terkait:

- Bermitra dengan pemerintah dan lembaga terkait untuk mengembangkan program dan insentif yang mendukung penggunaan mobil listrik, seperti pengurangan pajak atau subsidi.
- Terlibat aktif dalam kebijakan energi dan lingkungan untuk memastikan regulasi yang mendukung pertumbuhan pasar mobil listrik.

c. Infrastruktur Pengisian:

- Membangun infrastruktur pengisian daya yang memadai dan mudah diakses di berbagai lokasi, seperti pusat perbelanjaan, restoran, dan tempat umum lainnya.
- Menyediakan fasilitas pengisian yang ramah lingkungan dan efisien energi.

d. Inovasi Teknologi dan Desain:

- Terus melakukan penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan efisiensi, daya tempuh, dan teknologi baterai pada mobil listrik.
- Mendesain mobil listrik dengan estetika yang menarik dan fitur yang memenuhi kebutuhan konsumen modern.

- e. Harga dan Penawaran Khusus:
 - Menawarkan harga yang bersaing atau program pembiayaan yang memudahkan konsumen untuk memperoleh mobil listrik.
 - Memberikan penawaran khusus, seperti diskon atau bonus, kepada konsumen yang beralih dari mobil konvensional ke mobil listrik.
- f. Kerjasama dengan Industri Terkait:
 - Mengembangkan kemitraan dengan industri terkait, seperti produsen baterai dan penyedia energi terbarukan, untuk memastikan pasokan dan keberlanjutan sumber daya.
- g. Promosi dan Branding:
 - Melakukan kampanye promosi yang fokus pada keberlanjutan dan kontribusi positif terhadap lingkungan dari penggunaan mobil listrik.
 - Membangun citra merek yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu memperkuat kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan pengetahuan lingkungan dan norma-norma pro-lingkungan di masyarakat. Pemerintah dapat mengimplementasikan program edukasi lingkungan di sekolah-sekolah dan komunitas untuk meningkatkan kesadaran tentang manfaat mobil listrik dan dampak positifnya bagi lingkungan. Selain itu, kebijakan insentif, seperti subsidi bagi pembelian mobil listrik atau insentif pajak, dapat membantu mengurangi hambatan ekonomi bagi calon pembeli dan mendorong adopsi mobil listrik yang lebih luas di Indonesia.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini telah menghasilkan pengetahuan baru mengenai niat beli mobil listrik di Indonesia, namun penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat digunakan sebagai peluang penelitian selanjutnya.

Sangat disarankan untuk melakukan penelitian dengan sebaran sampel yang lebih luas dan representatif dengan jumlah responden yang lebih banyak di setiap pulau agar lebih mewakili beragam lapisan masyarakat di Indonesia. Dengan

mengumpulkan data dari berbagai wilayah geografis, latar belakang sosioekonomi, usia, pendidikan, dan profesi, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian mobil listrik di negara ini. Selain itu, peneliti perlu mendalami lebih lanjut faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi niat pembelian mobil listrik. Memperluas variabel-variabel yang diteliti, seperti faktor-faktor psikologis atau sosial yang lebih mendalam, dapat memberikan wawasan yang lebih kaya tentang keputusan pembelian kendaraan berkelanjutan. Penelitian lanjutan tentang persepsi dan pemahaman masyarakat tentang teknologi mobil listrik serta tantangan-tantangan yang dihadapi dalam adopsi mobil listrik di Indonesia juga dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif untuk memperkuat langkah-langkah dalam mendorong transisi ke kendaraan berbasis listrik yang lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2009). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Ajzen, I. (2019). TPB Questionnaire Construction Constructing a Theory of Planned Behaviour Questionnaire. *University of Massachusetts Amherst*, 1–7. <http://people.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Akbar, W., Hassan, S., Khurshid, S., Niaz, M., & Rizwan, M. (2014). Antecedents Affecting Customer's Purchase Intentions towards Green Products. *Journal of Sociological Research*, 5(1). <https://doi.org/10.5296/jsr.v5i1.6566>
- Alzahrani, K., Hall-Phillips, A., & Zeng, A. Z. (2019). Applying the theory of reasoned action to understanding consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles in Saudi Arabia. *Transportation*, 46(1), 199–215. <https://doi.org/10.1007/s11116-017-9801-3>
- Asadi, S. (2021). Factors impacting consumers' intention toward adoption of electric vehicles in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 282. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124474>
- Asadi, Shahla, Nilashi, M., Samad, S., Abdullah, R., Mahmoud, M., Alkinani, M. H., & Yadegaridehkordi, E. (2021). Factors impacting consumers' intention toward adoption of electric vehicles in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 282, 124474. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124474>
- Awang, Z., Wan Afthanorhan, W. M. A., & Asri, M. A. M. (2015). Parametric and Non Parametric Approach in Structural Equation Modeling (SEM): The Application of Bootstrapping. *Modern Applied Science*, 9(9), 58–67. <https://doi.org/10.5539/mas.v9n9p58>
- Axsen, J., TyreeHageman, J., & Lentz, A. (2012). Lifestyle practices and pro-environmental technology. *Ecological Economics*, 82. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.07.013>
- Balžekienė, A., & Telešienė. (2017). “Vulnerable and insecure? Environmental and technological risk perception in Europe.” *Green European. Environmental Behaviour and Attitudes in Europe in a Historical and Cross-Cultural Comparative Perspective* (pp. 31–35). https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=6UGTDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA31&ots=NI-qccuvpO&sig=Kfj_wG1_fMprWx65oy8jIgZzwcw

- BPMI Sekretariat Presiden. (2021). *Presiden Jokowi Sampaikan Komitmen Indonesia dalam Penanganan Perubahan Iklim di COP26*. Sekretariat Presiden. <https://www.presidentri.go.id/siaran-pers/president-jokowi-sampaikan-komitmen-indonesia-dalam-penanganan-perubahan-iklim-di-cop26/>
- Cahyono, W. E. (2015). Pengaruh Pemanasan Global Terhadap Lingkungan Bumi. *Berita Dirgantara LAPAN*, 16, 28–31. http://jurnal.lapan.go.id/index.php/berita_dirgantara/article/download/732/649
- Casaló, L. V., & Escario, J. J. (2018). Heterogeneity in the association between environmental attitudes and pro-environmental behavior: A multilevel regression approach. *Journal of Cleaner Production*, 175. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.237>
- Chin, T. A., Lawi, N. H. B. M., Muharam, F. M., Kohar, U. H. A., Choon, T. L., & Zakuan, N. (2020). Effects of Green Brand Positioning, Knowledge and Attitude on Green Product Purchase Intention. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1). <https://doi.org/10.37200/ijpr/v24i1/pr200166>
- Dananjaya, D. (2022). *Segini Jumlah Kendaraan Listrik di Indonesia per Juli 2022*. <https://otomotif.kompas.com/read/2022/08/01/144100915/segini-jumlah-kendaraan-listrik-di-indonesia-per-juli-2022>
- Debora Indriani, I. A., Rahayu, M., & Hadiwidjojo, D. (2019). The Influence of Environmental Knowledge on Green Purchase Intention the Role of Attitude as Mediating Variable. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2). <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i2.706>
- Direktorat Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan. (2019). *Laporan Kinerja*.
- Food and Agriculture Organization. (2019). *FAO'S Work on Climate Change. United Nations Climate Change Conference*.
- Ghozali, I. (2015). *Structural Equation Modelling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hair Jr et al. (2014). *Multivariate Data Analysis. 7Th editio*, 1–761.
- Haryanto, B. (2014). The Influence of Ecological Knowledge and Product Attributes in Forming Attitude and Intention to Buy Green Product. *International Journal of Marketing Studies*, 6(2), 83–91. <https://doi.org/10.5539/ijms.v6n2p83>

- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural Equation Modeling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hepting, D. H., Peng, L., Maciag, T. J., Gerhard, D., & Maguire, B. (2008). Creating synergy between usability courses and open source software projects. *ACM SIGCSE Bulletin*, 40(2).
<https://doi.org/10.1145/1383602.1383649>
- Hickmann, T., Widerberg, O., Lederer, M., & Pattberg, P. (2021). The United Nations Framework Convention on Climate Change Secretariat as an orchestrator in global climate policymaking. *International Review of Administrative Sciences*, 87(1), 21–38.
<https://doi.org/10.1177/0020852319840425>
- Imam Ghozali. (2007). Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16. In *Badan Penerbit Diponegoro, Semarang*.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*, 2(2).
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Indriartoro, N., & Supomo, B. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen Edisi Pertama. In *Yogyakarta: BPFEBPFE*.
- Ismiyati, Marlita, D., & Saidah, D. (2014). Pencemaran Udara Akibat Emisi Gas Buang Kendaraan Bermotor. *Jurnal Manajemen Transportasi Dan Logistik*, 1.
- Jogiyanto. (2015). Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis. *Public Administration Review*.
- Kaufmann, H. R., Panni, M. F. A. K., & Orphanidou, Y. (2012). Factors affecting consumers' green purchasing behavior: An integrated conceptual framework. *Amfiteatru Economic*, 14(31).
- Kazemi, D. A., Nilipour, D. A., Kabiry, N., & Hoseini, M. M. (2013). Factors Affecting Isfahanian Mobile Banking Adoption Based on the Decomposed Theory of Planned Behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(7). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i7/29>
- Keller, C., Bostrom, A., Kuttschreuter, M., Savadori, L., Spence, A., & White, M. (2012). Bringing appraisal theory to environmental risk perception: A review of conceptual approaches of the past 40years and suggestions for future research. *Journal of Risk Research*, 15(3).
<https://doi.org/10.1080/13669877.2011.634523>

- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2017). *Komitmen Indonesia Dalam Pengendalian Perubahan Iklim*. Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia.
<http://ditjenppi.menlhk.go.id/kcpi/index.php/tentang/amanat-perubahan-iklim/komitmen-indonesia>
- Kim, S., Choi, S. O., & Wang, J. (2014). Individual perception vs. structural context: Searching for multilevel determinants of social acceptance of new science and technology across 34 countries. *Science and Public Policy*, 41(1). <https://doi.org/10.1093/scipol/sct032>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3).
<https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 2). Erlangga.
- Kurniawan, R. (2021). *Target Indonesia Produksi 600.000 Unit Mobil Listrik pada 2025*. Kompas.Com.
<https://otomotif.kompas.com/read/2021/12/29/182100815/target-indonesia-produksi-600.000-unit-mobil-listrik-pada-2025?msckid=e8781952bebf11ec806a5790a7c132e5>
- Latan, H. (2012). *Structural Equation Modeling, Konsep dan Aplikasi menggunakan LISREL 8,80*. Alfabeta.
- Lee, K., & Greenstone, M. (2021). *Air Quality Life Index. Polusi Udara Indonesia dan Dampaknya Terhadap Usia Harapan Hidup*.
- Liu, P., Teng, M., & Han, C. (2020). How does environmental knowledge translate into pro-environmental behaviors?: The mediating role of environmental attitudes and behavioral intentions. *Science of the Total Environment*, 728. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138126>
- Mamun, A. Al, Masud, M. M., Syed, F. A., & Muniady, R. (2019). Green vehicle adoption behavior among low-income households: evidence from coastal Malaysia. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(26), 27305–27318. <https://doi.org/10.1007/s11356-019-05908-2>
- Manstead, A. S. R. (2019). The Role of Moral Norm in the Attitude-Behavior Relation. In *Attitudes, Behavior, and Social Context*.
<https://doi.org/10.4324/9781410603210-2>
- Mia, M. M., Majri, D. Y., & Rahman, P. D. I. K. A. (2019). Covariance Based-Structural Equation Modeling (CB-SEM) using AMOS in management research. *IOSR Journal of Business and Management*, 21(1).
- Mohd Suki, N. (2016). Green product purchase intention: impact of green brands, attitude, and knowledge. *British Food Journal*, 118(12).
<https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0295>

- Mohiuddin, M., Al Mamun, A., Syed, F. A., Masud, M. M., & Su, Z. (2018). Environmental knowledge, awareness, and business school students' intentions to purchase green vehicles in emerging countries. *Sustainability (Switzerland)*, *10*(5). <https://doi.org/10.3390/su10051534>
- Nasution, A., Siregar, Y. I., & Anita, S. (2014). Analisis Beban Pencemaran Udara Ambien dari Kegiatan Transportasi di Ruas Jalan Soebrantas Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Lingkungan*, *2*(2).
- Ozaki, R., & Sevastyanova, K. (2011). Going hybrid: An analysis of consumer purchase motivations. *Energy Policy*, *39*(5), 2217–2227. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2010.04.024>
- Paço, A., & Lavrador, T. (2017). Environmental knowledge and attitudes and behaviours towards energy consumption. *Journal of Environmental Management*, *197*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.03.100>
- Pagiaslis, A., & Krontalis, A. K. (2014). Green consumption behavior antecedents: Environmental concern, knowledge, and beliefs. *Psychology and Marketing*, *31*(5). <https://doi.org/10.1002/mar.20698>
- Pandjaitan, D. R. H., & Ahmad, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
- Pratama, N. D., Abdurahim, A., & Sofyani, H. (2018). Determinan Efektivitas Implementasi Anggaran Berbasis Kinerja Dan Penyerapan Anggaran Di Pemerintah Daerah. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, *8*(1), 9. <https://doi.org/10.22219/jrak.v8i1.23>
- Presiden Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 Tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik*. 008553, 1–6. <https://jdih.setneg.go.id/>
- Presiden Republik Indonesia. (2022). *Instruksi Presiden Nomor 7 Tahun 2022 Tentang Penggunaan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) Sebagai Kendaraan Dinas Operasional dan/atau Kendaraan Perorangan Dinas Instansi Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah*. 141403, 2. <https://jdih.setneg.go.id/>
- Ramadhan, A. (2022). *Jokowi Instruksikan Pakai Kendaraan Listrik untuk Operasional Pemerintah, Bisa Beli, Sewa atau Konversi*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2022/09/14/19315061/jokowi-instruksikan-pakai-kendaraan-listrik-untuk-operasional-pemerintah>
- Rashid, N. R. N. A. (2009). Awareness of Eco-label in Malaysia's Green Marketing Initiative. *International Journal of Business and Management*, *4*(8). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n8p132>
- Rhodes, R. E., & Courneya, K. S. (2003). Investigating multiple components of attitude, subjective norm, and perceived control: An examination of the theory of planned behaviour in the exercise domain. *British Journal of Social*

- Psychology*, 42(1). <https://doi.org/10.1348/014466603763276162>
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Saari, U. A., Damberg, S., Frömbing, L., & Ringle, C. M. (2021). Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention. *Ecological Economics*, 189(July). <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107155>
- Safari, A., Salehzadeh, R., Panahi, R., & Abolghasemian, S. (2018). Multiple pathways linking environmental knowledge and awareness to employees' green behavior. *Corporate Governance (Bingley)*, 18(1). <https://doi.org/10.1108/CG-08-2016-0168>
- Sanusi, A. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schnurr, B., & Halkias, G. (2022). Made by her vs. him: Gender influences in product preferences and the role of individual action efficacy in restoring social equalities. *Journal of Consumer Psychology*. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1327>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach Seventh Edition WileyPLUS Learning Space Card*. *Internation Labour Office*, 1(September).
- Sharifah A, H., Laily, P., & Nurizan, Y. (2005). Towards sustainable consumption: an examination of environmental knowledge among Malaysians. *International Journal of Consumer Studies*, 29(2), 426–436.
- Siegel, L., Cutter-Mackenzie-Knowles, A., & Bellert, A. (2018). Still “Minding the Gap” Sixteen Years Later: (Re)Storying Pro-Environmental Behaviour. *Australian Journal of Environmental Education*, 34(2). <https://doi.org/10.1017/aee.2018.32>
- Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. *Journal of Visual Languages & Computing*, 11(3).
- Strizhakova, Y., & Coulter, R. A. (2013). The “green” side of materialism in emerging BRIC and developed markets: The moderating role of global cultural identity. *International Journal of Research in Marketing*, 30(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.08.003>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Cetakan Pe)*. Pustaka Baru Press.

- Sukandar, C. A. (2019). *Apa Itu Mobil Listrik?*
<https://www.wartaekonomi.co.id/berita241106/apa-itu->
- Supandini, N. P. A., & Pramudana, K. A. S. (2017). Peran Kepedulian pada Lingkungan dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing terhadap Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7).
- Suryani, A. S. (2010). Studi Beban Emisi Pencemaran Udara Karbon Monoksida dari Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta. *Pusat Pengkajian Pengolahan Data Dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR RI*.
- Tadajewski, M., & Wagner-Tsukamoto, S. (2006). Anthropology and consumer research: Qualitative insights into green consumer behavior. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(1).
<https://doi.org/10.1108/13522750610640521>
- Tanwir, N. S. (2020). Predicting purchase intention of hybrid electric vehicles: Evidence from an emerging economy. *World Electric Vehicle Journal*, 11(2).
<https://doi.org/10.3390/WEVJ11020035>
- Tariq, M. I., Rafay Nawaz, M., Nawaz, M. M., & Butt, H. A. (2013). Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *J. Basic. Appl. Sci. Res*, 3(2).
- Terry, D. J., & O’Leary, J. . (1995). The Theory of Planned Behaviour: The Effects of Perceived Behavioural Control and Self-Differences Personality and Social Efficacy. *British Journal of Social Psychology*, 34, 199–220.
- Tu, J., & Yang, C. (2019). Key factors influencing consumers’ purchase of electric vehicles. *Sustainability (Switzerland)*, 11(14).
<https://doi.org/10.3390/su11143863>
- Undang Undang RI. (2016). *Undang-Undang No 16 Tahun 2016 Tentang Pengesahan Paris Agreement To The United Nations Framework Convention on Climate Change*. 71.
- United Nations Framework Convention on Climate Change. (2015). The Paris Agreement. *Nature*, 58(1502), 356. <https://doi.org/10.1126/science.ns-2.26.131>
- Urban, D., & Hoban, T. J. (1997). Cognitive determinants of risk perceptions associated with biotechnology. *Scientometrics*, 40(2).
<https://doi.org/10.1007/BF02457441>
- Vicente-Molina, M. A., Fernández-Sáinz, A., & Izagirre-Olaizola, J. (2013). Environmental knowledge and other variables affecting pro-environmental behaviour: Comparison of university students from emerging and advanced countries. *Journal of Cleaner Production*, 61.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.05.015>

- Wang, S., Fan, J., Zhao, D., Yang, S., & Fu, Y. (2016). Predicting consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles: using an extended version of the theory of planned behavior model. *Transportation*, 43(1).
<https://doi.org/10.1007/s11116-014-9567-9>
- Wang, S., Wang, J., Li, J., Wang, J., & Liang, L. (2018). Policy implications for promoting the adoption of electric vehicles: Do consumer's knowledge, perceived risk and financial incentive policy matter? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 117(January), 58–69.
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.08.014>
- Wang, Y., & Tsai, C. (2014). The Relationship Between Brand Image and Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds. *International Journal of Business & Finance Research*, 8(2).
- Wang, Z. (2016). Determinants and policy implications of residents' new energy vehicle purchases: the evidence from China. *Natural Hazards*, 82(1), 155–173. <https://doi.org/10.1007/s11069-016-2185-4>
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan, dilengkapi Aplikasi SPSS dan AMOS*. UPP STIM YKPN.
- Wolfe, L. M. (1999). Sewall wright on the method of path coefficients: An annotated bibliography. *Structural Equation Modeling*, 6(3), 280–291.
<https://doi.org/10.1080/10705519909540134>
- Wright, S. (1921). "Journal of Agricultural Research." *Journal of Agricultural Research*, 20(1), 557–585.
- Wynne w. Chin. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In *Modern methods for business research* (Issue January 1998, pp. 295–336).
- Zikmund, G., Babin., & Carr. (2010). *Business Research Methods*. In *Cengage Learning*.
- Zsóka, Á., Szerényi, Z. M., Széchy, A., & Kocsis, T. (2013). Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior and everyday pro-environmental activities of Hungarian high school and university students. *Journal of Cleaner Production*, 48.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.11.030>