

**SKRIPSI DETERMINAN NIAT
PEMBELIAN MOBIL LISTRIK DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: DAVID ANDREW

NIM: 115170223

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA**

2021

**SKRIPSI DETERMINAN NIAT
PEMBELIAN MOBIL LISTRIK DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: DAVID ANDREW

NIM: 115170223

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : David Andrew

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170223

Program Studi : SI Manajemen

Alamat :

Telp: -

HP: -

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya,

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Juli 2021

David Andrew

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN PERSETUJUAN

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DAVID ANDREW
NIM : 115170223
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN NIAT PEMBELIAN MOBIL
LISTRIK DI JAKARTA

Jakarta, 07 Juli 2021

Pembimbing,



(Dr. Cokki, S.E., M.M)

HALAMAN PENGESAHAN

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DAVID ANDREW
N. P. M. : 115170223
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN NIAT PEMBELIAN MOBIL
LISTRIK DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Kompherensif tanggal 21 Juli 2021 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. NURYASMAN MN., S.E., M.M
2. Anggota Penguji : Dr. COKKI, S.E., M.M
3. Anggota Penguji : Dra. KHAIRINA NATSIR, M.M

Jakarta, 29 Juli 2021

Pembimbing,



.COKKI,S.E., (Dr

M.M)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS JAKARTA

- (A) DAVID ANDREW (115170223)
- (B) *DETERMINANTS OF PURCHASE INTENTION TO ELECTRIC CAR IN
JAKARTA*
- (C) *XVIII + 116 Pages, 37 Tables, 10 Pictures, 14 Attachment*
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: The purpose of this study was to examine the effect of subjective norms, environmental concern, and perceived behavioral control on purchase intentions and to examine attitudes as a mediation between subjective norms, concern for the environment, and purchase intentions. The population of this study is 162 people in Jakarta who know about electric cars. Convenience sampling method was used by distributing online questionnaires which were then processed using smartPLS-SEM. The results of this study where subjective norms and concern for the environment can affect purchase intentions. Perceived control cannot influence purchase intention. Attitude can affect purchase intention.*
- (F) *References 27 (1981-2020)*
- (G) Dr. COKKI S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS JAKARTA

- (A) DAVID ANDREW (115170223)
- (B) DETERMINAN NIAT PEMBELIAN MOBIL LISRIK DI JAKARTA
- (C) XVIII + 116 Halaman, 37 Tabel, 10 Gambar, 14 Lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh norma subjektif, kepedulian terhadap lingkungan, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat pembelian serta menguji sikap sebagai mediasi antara norma subjektif, kepedulian terhadap lingkungan, dan niat pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah 162 orang masyarakat di Jakarta yang mengetahui tentang mobil listrik. Metode *convenience sampling* digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara online yang kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil dari penelitian ini dimana norma subjektif dan kepedulian terhadap lingkungan dapat mempengaruhi niat pembelian. Kontrol perilaku yang dirasakan tidak dapat mempengaruhi niat pembelian. Sikap dapat mempengaruhi niat pembelian.
- (F) Daftar Acuan 27 acuan (1981-2020)
- (G) Dr. COKKI S.E., M.M.

ORA ET LABORA

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:
Saya sendiri,
Seluruh keluarga tercinta,
Seluruh rekan seperjuangan,
Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, saya sebagai mahasiswa ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan berupa bimbingan dan motivasi dalam proses pembuatan tugas akhir skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Cokki S.E, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya, serta memberikan pengarahan dan juga motivasi dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen.
5. Segenap dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, yang telah bersedia memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung, dan tidak lupa juga kepada seluruh staf dan karyawan yang telah membantu penulis dalam segala hal.
6. Yonathan Hamenda, Dassy Rebekah selaku ayah dan ibu kandung saya yang tidak pernah lelah memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan kasih sayang yang berlimpah sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Kepada Euodia Quimby Benyamin, selaku sahabat baik saya yang selalu memberikan dukung, doa dan bantuan selama pembuatan skripsi.
8. Kevin Stevanus, dan Madita Heidy Sutedjo yang selalu membantu menghibur, menemani, dan memotivasi penulis dengan sangat baik.

9. Kepada Manuella, Gugi, dan Alfian selaku teman seperjuangan satu pembimbing saya yang telah membantu memberikan informasi, pendapat serta dukungan.
10. Kepada Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan amat bermanfaat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Tangerang, Juli 2021

David Andrew

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. PERMASALAHAN	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	5
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	6
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	9
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL.....	10
1. Norma Subjektif.....	10
2. Kepedulian terhadap lingkungan	12
3. Kontrol perilaku yang dirasakan	13
4. Sikap.....	15
5. Niat pembelian	16
C. KAITAN ANTAR VARIABEL	17
1. Kaitan antara Norma Subjektif dengan Niat Pembelian	17
2. Kaitan antara Norma Subjektif dengan Sikap	17
3. Kaitan antara Sikap dengan Niat Pembelian	18
4. Kaitan antara Kepedulian terhadap lingkungan dengan Sikap	18

5.	Kaitan antara Keperdulian terhadap lingkungan dengan Niat Pembelian.....	19
6.	Kaitan antara Kontrol perilaku yang dirasakan dengan Niat pembelian.....	20
D.	PENELITIAN YANG RELEVAN	22
E.	KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	26
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
A.	DESAIN PENELITIAN.....	29
B.	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	29
1.	Populasi.....	29
2.	Teknik Pemilihan Sampel	30
3.	Ukuran Sampel.....	30
C.	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	30
1.	Norma Subjektif.....	31
2.	Keperdulian Terhadap Lingkungan.....	32
3.	Kontrol perilaku yang dirasakan	32
4.	Sikap.....	33
5.	Niat pembelian	34
D.	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	35
1.	Validitas	35
2.	Reliabilitas	35
E.	ANALISIS DATA	36
1.	Multikolinearitas	36
2.	Koefisien Determinasi.....	37
3.	Predictive Relevance.....	37
4.	Analisis Hipotesis.....	37
5.	Analisis Mediasi.....	38
a.	Full Mediation.....	38
b.	Partial Mediation.....	38
BAB IV	39
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
A.	DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	39
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42

B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	43
1. Norma Subjektif	43
2. Kepedulian terhadap lingkungan.....	44
3. Kontrol perilaku yang dirasakan	45
4. Sikap.....	46
5. Niat Pembelian	47
C. HASIL ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	48
1. Validitas	48
2. Reliabilitas.....	49
D. HASIL ANALISIS DATA.....	51
1. Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
2. Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
3. Hasil Uji Predictive Relevance	52
E. HASIL UJI HIPOTESIS DAN MEDIASI.....	53
1. Uji Hipotesis Pertama	53
2. Uji Hipotesis Kedua	54
3. Uji Hipotesis Ketiga.....	54
4. Uji Hipotesis Keempat	55
5. Uji Hipotesis Kelima.....	56
6. Uji Hipotesis Keenam	56
7. Uji Hipotesis Ketujuh.....	57
8. Uji Hipotesis Kedelapan	58
F. PEMBAHASAN	60
BAB V	65
PENUTUP	65
A. KESIMPULAN	65
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	66
1. Keterbatasan.....	66
2. Saran.....	66
DAFTAR BACAAN.....	68
Path Coefficients	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	99
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Konseptual Norma Subjektif	11
Tabel 2.2 Definisi Konseptual Kepedulian Terhadap Lingkungan	13
Tabel 2.3 Tabel Konseptual Kepuasan Pelanggan.....	14
Tabel 2.4 Tabel Konseptual Sikap	15
Tabel 2.5 Tabel Konseptual Niat Pembelian	16
Tabel 2.6 Matriks Kajian Literatur	23
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Norma Subjektif.....	31
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel Kepedulian Terhadap Lingkungan	32
Tabel 3.3 Pengukuran Variabel Kontrol Perilaku Yang Dirasakan.....	33
Tabel 3.4 Pengukuran Variabel Sikap	33
Tabel 3.5 Pengukuran Variabel Niat Pembelian.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Norma Subjektif.....	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kepedulian Terhadap Lingkungan	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Sikap.....	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Niat Pembelian	47
Tabel 4.11 Hasil Analisis Validitas Konvergen.....	48
Tabel 4.12 Hasil Analisis Validitas Diskriminan	49
Tabel 4.13 Hasil Analisis Reliabilitas Indikator	50
Tabel 4.14 Hasil Analisis Konsistensi Internal.....	50
Tabel 4.15 Hasil Analisis Multikolinieritas	51
Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	52

Tabel 4.17 Hasil Analisis Predictive Relevance	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Pertama.....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis Kedua	54
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Ketiga	54
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Keempat	55
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis Kelima	56
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Keenam	56
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis Ketujuh.....	57
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis Kedelapan.....	58
Tabel 4.26 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Mobil listrik pertama pada abat ke 18.....	1
Gambar 1.2 Mobil Listrik EV1	2
Gambar 2.1 Kaitan antara Norma Subjektif dan Niat Pembelian.....	17
Gambar 2.2 Kaitan antara Norma Subjektif dengan Sikap.....	18
Gambar 2.3 Kaitan antara Sikap dengan Niat Pembelian.....	18
Gambar 2.4 Kaitan antara Kepedulian terhadap lingkungan dengan Sikap	19
Gambar 2.5 Kaitan antara Kepedulian terhadap lingkungan dengan Niat pembelian	20
Gambar 2.6 Kaitan antara Kontrol Perilaku yang disarankan dengan Niat pembelian	20
Gambar 2.7 Kaitan antar variabel	21
Gambar 2.8 Model Penelitian dan Hipotesis	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	74
Lampiran 2: Tanggapan Responden	81
Lampiran 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Lampiran 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
Lampiran 5: Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	92
Lampiran 6: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
Lampiran 7: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	93
Lampiran 8: Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i>	94
Lampiran 9: Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	94
Lampiran 10: Hasil <i>Loading Factor</i>	95
Lampiran 11: Hasil Analisis <i>Multikolinieritas</i>	95
Lampiran 12: Hasil Analisis Koefisien Determinasi	96
Lampiran 13: Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	96
Lampiran 14: Hasil Analisis Hipotesis	97

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Mobil listrik adalah kendaraan yang menggunakan energi listrik untuk menggerakkan motor listrik. Energi listrik tersebut disimpan didalam tempat penyimpanan seperti baterai atau tempat penyimpanan lainnya.

Mobil modern pertama yang menggunakan tenaga listrik dibuat pada abad ke 18, tepatnya pada tahun 1885. Mobil listrik itu diciptakan oleh Karl Benz, namun sebelum Karl Benz sudah ada konsep kendaraan listrik ini. Pada abad ke 18 ini sudah mulai banyak innovator, ilmuwan dari beberapa Negara yang mulai berfokus untuk menciptakan kendaraan listrik ini namun dalam skala yang kecil.



Gambar 1.1
Mobil listrik pertama pada abad ke 18

Titik cerah mobil listrik terjadi pada tahun 1988, dimana General Motors yang dipimpin oleh Roger Smith mulai membangun mobil tenaga listrik. General Motors sendiri merupakan perusahaan yang telah didirikan dari awal abad 19. Sebagai perusahaan otomotif yang besar pada masa itu, Roger Smith bekerja sama dengan AeroVironment California dan mereka berhasil menciptakan mobil listrik bernama EV1 yang produksinya dari tahun 1996 hingga 1999.



Gambar 1.2
Mobil Listrik EV1

Di Indonesia sendiri perkembangan mobil listrik ini dimulai sejak tahun 2012. Dimana pada saat itu Indonesia dibawah pemerintahan presiden ke 6 yaitu Susilo Bambang Yudhoyono. Mobil listrik karya anak bangsa pertama diciptakan oleh Ricky Elson. Ricky Elson sendiri merupakan seorang anak muda Indonesia yang ahli dibidang motor listrik. Ricky Elson menghasilkan mobil listrik yang diberinama Selo yang dipamerkan pertama kali dipameran KTT APEC pada tahun 2013 di Bali. Ricky Elson sendiri sekarang dikenal sebagai pelopor mobil listrik tanah air.

Mobil listrik sendiri memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan mobil konvensional atau berbahan bakar bensin. Kelebihan utama dari mobil bertenaga listrik adalah tidak menghasilkan emisi kendaraan bermotor. Dimana emisi gas bermotor adalah gas buang dari sisa- sisa pembakaran yang terjadi di dalam ruang pembakaran kendaraan bermotor. Sisa pembakaran itu yang menghasilkan zat- zat berbahaya yang dikeluarkan dari asap knalpot. Sehingga mobil listrik ini menjadi lebih ramah juga bagi lingkungan.

Tetapi penyebaran mobil listrik juga mengalami hambatan- hambatan. Seperti sampai pada tahun 2011 dimana harga mobil bertenaga listrik masih jauh lebih mahal dibandingkan dengan mobil yang konvensional. Hal itu dapat terjadi dikarenakan oleh harga baterai ion litium yang mahal pada saat itu. Tetapi seiring dengan perkembangan jaman, harga baterai tersebut mulai turun karena mulai

diproduksi dalam jumlah yang besar. Faktor- faktor lain yang menghambat perkembangan mobil listrik ini karena belum banyak stasiun pengisian untuk mobil bertenaga listrik ini, dan menjadi kekhawatiran apa bila habis jika belum sampai ke tempat yang dituju.

Perkembangan mobil listrik diIndonesia sekarang ini juga mendapat dukungan yang baik dari Presiden Joko Widodo, dimana Joko Widodo mengeluarkan perpres tentang percepatan pengembangan kendaraan bermotor listrik diIndonesia. Komponen terpenting dari mobil listrik adalah baterai yang ada didalamnya. Indonesia sendiri memiliki komponen utama tersebut. Sehingga strategi tentang pengembangan mobil listrik diIndonesia ini bisa dirancang secara baik.

Keputusan presiden tersebut juga disambut baik oleh APM (Agen Pemegang Merek) diIndonesia. Toyota Astra Motor merupakan salah satu yang akan mendukung keputusan kebijakan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan industri otomotif nasional. Seperti sekarang diIndonesia juga sudah bekerja sama dengan beberapa merek seperti BYD untuk menjadi kendaraan operasional seperti taksi. Hal tersebut juga digunakan agar masyarakat indonesia dapat lebih sadar akan baiknya menggunakan mobil listrik dibandingkan dengan mobil konvensional. (Sumber: Artikel *Garasi.id*)

Pelanggan adalah komponen penting untuk berkembangnya suatu perusahaan begitu juga bagi perusahaan mobil listrik di Jakarta. Karena perusahaan mendapatkan keuntungan salah satunya dari pembelian yang dilakukan oleh masyarakat terhadap produk mereka. Untuk itu perusahaan mobil listrik berusaha memenangkan pelanggan dengan meningkatkan beberapa aspek untuk mendapatkan daya tarik dari masyarakat di Jakarta. Niat pembelian merupakan suatu hal yang paling utama bagi sebuah perusahaan, terlebih perusahaan yang menjual produk- produknya langsung kepada konsumen. Niat pembelian menurut Tariq *et al.* (2013) adalah janji kepada diri sendiri untuk membeli produk tersebut apa bila ingin berbelanja. Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan niat pembelian tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi niat pembelian adalah norma subjektif. Norma subjektif merupakan pendapat seseorang terhadap sesuatu objek. Menurut Ajzen dan Fishbein (1981) dan Ajzen (1991) norma subjektif berarti opini yang dapat diidentifikasi dari orang-orang yang penting bagi individu dan memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan mereka. Rata-rata konsumen yang ada memperhatikan apa pendapat orang tentang pengalaman pembeliannya ataupun lainnya. Sehingga norma subjektif merupakan faktor yang dapat menyebabkan pengambilan keputusan terhadap niat pembelian mobil listrik di Jakarta.

Mobil listrik merupakan mobil yang memiliki kelebihan utama yaitu tidak menggunakan bahan bakar yang merusak alam atau lebih ramah bagi lingkungan. Beberapa konsumen memilih mobil listrik dikarenakan kepeduliannya terhadap lingkungan. Menurut Schuitema *et al* (2013) Kepedulian lingkungan adalah pemahaman dan kesadaran umum terhadap masalah lingkungan. Sehingga masyarakat yang sadar dan memiliki pemahaman yang baik terhadap masalah di lingkungan akan tau juga bagaimana cara dalam memperbaiki masalah yang ada sekarang ini.

Dalam membuat keputusan niat pembelian suatu produk, masyarakat umumnya melakukan survey terlebih dahulu tentang produk yang diinginkan. Kontrol perilaku yang dirasakan ini merupakan tindakan yang dilakukan untuk untuk menambah wawasan tentang produk yang diinginkan. Menurut Menurut Ajzen, (1991, 2002) Kontrol perilaku yang dirasakan adalah tingkat keyakinan individu bahwa perilakunya berada di bawah kendali dan sesuai dengan konsep efikasi diri dan kemampuan pengendalian. Jika sesuatu yang diinginkan sesuai, dan juga dapat dikontrol maka tingkat niat pembelian akan semakin tinggi terhadap suatu produk seperti mobil listrik ini.

Sikap konsumen merupakan sesuatu yang penting. Karena sikap merupakan pandangan konsumen terhadap baik tidaknya perilaku yang akan dilakukan. Seperti menurut Ajzen dan Cote (2008) dimana sikap adalah kecenderungan psikologis yang mengacu pada evaluasi positif atau negatif tentang suatu objek tertentu atau spesifik perilaku. Apa bila seorang konsumen memiliki sikap dan penilaian yang baik terhadap mobil listrik maka niat pembelian mobil listrik di Jakarta juga akan berkembang naik.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka pembahasan tersebut akan diberi judul **“DETERMINAN NIAT PEMBELIAN MOBIL LISTRIK DI JAKARTA”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian
- b. Sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian
- c. Kepedulian terhadap lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian
- d. Kontrol perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian
- e. Norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap sikap
- f. Kepedulian terhadap lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap sikap
- g. Norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian melalui sikap
- h. Kepedulian terhadap lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian melalui sikap

3. Batasan Masalah

Mengingat ruang lingkup dalam penelitian ini luas, maka penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut:

- a. Subjek penelitian yang digunakan dibatasi hanya pada konsumen yang mengetahui mobil listrik dan berdomisili Jakarta. Jakarta merupakan kota dengan kendaraan berpenumpang terbesar nomor 2 di Indonesia, sehingga

subjek dan wilayah penelitian dibatasi agar pengumpulan data lebih efektif dari segi waktu, tenaga, dan biaya.

- b. Objek penelitian yang dibahas ialah Norma Subjektif, Kepedulian terhadap lingkungan, Kontrol perilaku yang dirasakan, Sikap terhadap Niat pembelian pada masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah norma subjektif memiliki pengaruh terhadap niat pembelian?
- b. Apakah sikap memiliki pengaruh terhadap niat pembelian?
- c. Apakah kepedulian terhadap lingkungan memiliki pengaruh terhadap niat pembelian?
- d. Apakah kontrol perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap niat pembelian?
- e. Apakah norma subjektif memiliki pengaruh terhadap sikap?
- f. Apakah kepedulian terhadap lingkungan memiliki pengaruh terhadap sikap?
- g. Apakah norma subjektif memiliki pengaruh terhadap niat pembelian melalui sikap?
- h. Apakah kepedulian terhadap lingkungan memiliki pengaruh terhadap niat pembelian melalui sikap?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengacu pada rumusan masalah di atas, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap niat pembelian masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.

- b. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat pembelian masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepedulian terhadap lingkungan terhadap niat pembelian masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat pembelian masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.
- e. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap sikap masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.
- f. Untuk mengetahui pengaruh kepedulian terhadap lingkungan terhadap sikap masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.
- g. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap niat pembelian melalui sikap masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.
- h. Untuk mengetahui pengaruh kepedulian terhadap lingkungan terhadap niat pembelian melalui sikap masyarakat yang mengetahui mobil listrik di Jakarta.

2. Manfaat

Manfaat dari diadakannya penelitian ini terbagi menjadi 3 (tiga) kategori, sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat ini membuktikan seberapa besar pengaruh norma subjektif, sikap, kepedulian terhadap lingkungan, kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat pembelian, serta membuktikan apakah sikap dapat memediasi norma subjektif, dan kepedulian terhadap lingkungan terhadap niat pembelian.

- b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah menjadikan sebuah referensi khususnya pengetahuan terhadap mobil listrik, dalam meningkatkan niat

pembelian mobil listrik di Jakarta, dengan harapan penelitian dapat menjadi referensi untuk merek mobil listrik yang ada.

DAFTAR BACAAN

- Afroz, R., *et al.* (2015). Consumer purchase intention towards environmentally friendly vehicles: an empirical investigation in Kuala Lumpur, Malaysia. *Environmental Science and Pollution Research*. DOI 10.1007/s11356-015-4841-8
- Ajzen, I., Cote, N.G., 2008. Attitudes and the prediction of behavior. *Attitudes Attitude Change* 289–311.
- Byon, K. K., Lee, S., & Baker, T. A. (2014). A cross-cultural study of purchase intention of sponsored products based on American and Korean spectators of the 2010 FIFA World Cup South Africa. *Sport, Business and Management: An International Journal* 4(2). 158-177. DOI 10.1108/SBM-04-2013-0005
- Bhutto, M. H., *et al.* (2020). Predicting consumer purchase intention toward hybrid vehicles: testing the moderating role of price sensitivity. *European Business Review*. DOI: 10.1108/EBR-10-2019-0274
- Garg, P., & Joshi, R. (2018). Purchase intention of “Halal” brands in India: the mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing* 9(3). 683-694. DOI 10.1108/JIMA-11-2017-0125

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Han, L., et al. (2017). The intention to adopt electric vehicles: Driven by functional and non-functional values. *Transportation Research Part A* 103. 185-197. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tra.2017.05.033> \
- Hartmann, P., & Ibanez, V. A. (2011). Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern. *Journal of Business Research* 65, 1254-1263. doi:10.1016/j.jbusres.2011.11.001
- He, X., Zhan, W., & Hu, Y. (2018). Consumer purchase intention of electric vehicles in China: The roles of perception and personality. *Journal of*

Cleaner Production 204. 1060-1069.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.260>

Huang, X., Ge, J. (2019). Electric vehicle development in Beijing: An analysis of consumer purchase intention. *Journal of Cleaner Production* 216. 361-372.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.231>

Kang, H., *et al.* (2006). Effects of Perceived Behavioral Control on the Consumer Usage Intention of E-coupons. *Psychology & Marketing* 23(10), 841-864.

Kirmani, M. D., & Khan, M. N. (2016). Environmental concern to attitude towards green products: evidences from India. *Serbian Journal of Management* 11(2), 159 – 179.

Kwon, Y., Son, S., & Jang, K. (2020). User satisfaction with battery electric vehicles in South Korea. *Transportation Research Part D* 82. 1-12.
<https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102306>

Li, W., *et al.* (2019). Would personal carbon trading enhance individual adopting intention of battery electric vehicles more effectively than a carbon tax? *Resources, Conservation & Recycling* 149. 638-345.
<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.06.035>

- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849-1864. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302>
- Noori, M., & Tatari, O. (2016). Development of an agent-based model for regional market penetration projections of electric vehicles in the United States. *Energy* 96. 215-230. <http://dx.doi.org/10.1016/j.energy.2015.12.018>
- Okada, T., Tamaki, T., & Managi, S. (2019). Effect of environmental awareness on purchase intention and satisfaction pertaining to electric vehicles in Japan. *Transportation Research Part D* 67. 503-513. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2019.01.012>
- Park, S., & Huang, Y. (2016). Motivators and inhibitors in booking a hotel via smartphones. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29(1), 161-178. DOI 10.1108/IJCHM-03-2015-0103
- Reinartz, W. J., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26(4), 332-344. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2009.08.001>

Schepers, J., & Wetzels, M. (2006). A meta-analysis of the technology acceptance model: Investigating subjective norm and moderation effects. *Information & Management* 44, 90–103. doi:10.1016/j.im.2006.10.007

Schuitema, G., *et al.* (2013). The Role of Instrumental, Hedonic and Symbolic Attributes in the Intention to Adopt Electric Vehicles. *Intention to adopt electric vehicles* 48, 39-49

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach* (6th ed.). Wiley.

Shalender, K., & Sharma, N. (2020). Using extended theory of planned behaviour (TPB) to predict adoption intention of electric vehicles in India. *Environment, Development and Sustainability*.
<https://doi.org/10.1007/s10668-020-00602-7>

Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products. *Journal of Foodservice Business Research*.
<http://dx.doi.org/10.1080/15378020.2016.1181506>

- Tariq, M. I., *et al.* (2013). Customer Perceptions about Branding and Purchase Intention: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. 3(2). 340-347
- Wang, S., *et al.* (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* 117. 58-69. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.08.014>
- Wang, S., Li, J., & Zhao, D. (2017). The impact of policy measures on consumer intention to adopt electric vehicles: Evidence from China. *Transportation Research Part A* 105. 14-26. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tra.2017.08.013>
- Wang, S., *et al.* (2014). Predicting consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles: using an extended version of the theory of planned behavior model. *Transportation*. DOI 10.1007/s11116-014-9568-9
- Yong, N. L., *et al.* (2017). A Study of Factors influencing Consumer's Purchase Intention toward Green Vehicles: Evidence from Malaysia. *Global Business and Management Research: An International Journal* 9(4). 281-297

