

Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Niat Beli Motor Listrik Dalam Upaya Mempercepat Adopsi Motor Listrik Di Indonesia

Ahmadi^{1*}, Efa Irdhayanti², Mazayatul Mufrihah³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

*ahmadi@unukalbar.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor pembentuk niat beli motor listrik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Theory of Planned Behavior sebagai model dasarnya. Jumlah responden adalah sebanyak 131 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manfaat yang Dirasakan dan Kepedulian terhadap Lingkungan berpengaruh pada pembentukan Sikap, sementara Sikap dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan berpengaruh pada pembentukan Niat Beli motor listrik. Hasil penelitian ini masih perlu dilanjutkan dengan pendekatan konfirmatori yang lebih rigit agar semakin kuat dalam menjelaskan pembentukan niat beli motor listrik

Kata Kunci: Green marketing, Motor Listrik, Partial Least Square, Theory Of Planned Behaviour

PENDAHULUAN

Kendaraan bermotor roda dua sudah menjadi kebutuhan hampir semua masyarakat di Indonesia, baik untuk keperluan pribadi maupun alasan pekerjaan/bisnis. Jumlah kendaraan bermotor roda dua pada 2022 mencapai 125,3 juta unit (Badan Pusat Staistik, 2022). Jumlah tersebut hampir mencapai setengah populasi Indonesia. Sumbangsih industri motor roda dua ini diperkirakan mencapai 30% pada APBN dari pajak yang dikenakan (Pratiwi et al., 2020) dengan perputaran ekonomi dari sektor transportasinya yang diperkirakan mencapai 4,5% pada PDB (Asti et al., 2020). Sayangnya, kendaraan motor roda dua yang beredar masih didominasi dengan jenis bahan bakar fosil.

Kendaraan motor roda dua berbahan bakar fosil memiliki dampak yang serius. Kendaraan jenis ini mengeluarkan gas emisi (polusi) yang berpengaruh buruk bagi lingkungan dan kesehatan. Kebutuhan bahan bakar yang berasal dari minyak bumi juga menyebabkan kelangkaan yang berpengaruh pada isu ketahanan energi dan ekonomi. Dampak terbesar yang selalu menjadi problematika di Indonesia adalah harus menyiapkan subsidi BBM hingga Rp 14,6 triliun pada tahun 2022 (Kusnandar, 2022). Dampak tersebut tentu harus dicari solusinya. Satu di antaranya adalah memulainya dengan mengadopsi motor bertenaga listrik.

Motor listrik mengusung teknologi inovatif dengan menggunakan baterai yang dapat diisi ulang sebagai dayanya, sehingga tidak lagi memerlukan bahan bakar fosil. Kehadiran motor listrik dapat menjadi solusi transportasi yang lebih ramah lingkungan, efisien energi, serta biaya operasional dan perawatan yang lebih kecil.

Pengisian daya listrik pada baterai juga relatif simpel, yakni dapat dilakukan di rumah layaknya alat elektronik lain ataupun dalam bentuk tukar-pakai baterai (swap battery) pada Stasiun Pengisian Listrik Umum (SPLU) milik PLN (Asti et al., 2020).

Pemerintah melalui Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral menargetkan 13 juta sepeda motor BBM dikonversi menjadi motor listrik pada 2030. Target ini bisa menjadi sulit dicapai mengingat hingga 2020, jumlah motor listrik yang terjual baru mencapai 750 ribu unit, atau hanya sekitar 10% dari produksi motor nasional (Asti et al., 2020). Terdapat fenomena kesenjangan antara besarnya rancangan dan usaha yang disiapkan oleh pemerintah dengan tingkat penyerapan atau adopsi motor listrik oleh masyarakat.

Peran perguruan tinggi dan lembaga penelitian untuk mempelajari fenomena ini tentu sangat diharapkan. Jumlah produksi penelitian yang sudah ada masih relatif minim dan terbatas mengingat produk motor listrik bisa dikatakan masih baru, khususnya di Indonesia. Beberapa penelitian yang sudah ada pada topik ini berfokus pada kualitas produk dan desain motor listrik (Judianto & Kurniadi, 2018), serta faktor-faktor makro (Suparmadi et al., 2021). Beberapa penelitian pada level mikro dan keprilakuan juga masih terbatas dan perlu dilanjutkan (Chen et al., 2017; Pathavi et al., 2020; Rahmawati et al., 2022) karena hasil penelitian masih belum membentuk konsensus. Penelitian keprilakuan penting dan harus ditingkatkan jumlah produksinya mengingat konsumen perindividu adalah target utama terserapnya produk motor listrik.

Theory of Planned Behavior

Perilaku konsumen dalam membeli suatu produk berdasarkan hasil evaluasi menyeluruh atas produk yang akan dibeli. Ini dilandaskan bahwa manusia adalah makhluk rasional yang akan menghitung kelebihan dan kekurangan atas perilaku atau produk yang akan dikonsumsinya (Ahmadi & Dharmmesta, 2016). Satu di antara beberapa teori yang umum digunakan pada penelitian keprilakuan yang bisa menangkap kondisi tersebut adalah Theory of Planned Behaviour (TPB).

TPB menjadi rujukan model penelitian keprilakuan yang banyak diadopsi. Teori ini pertama kali dirumuskan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Keduanya menyatakan bahwa manusia adalah makhluk rasional yang akan mempertimbangkan baik dan buruknya hasil yang akan didapatkan dari mengadopsi perilaku atau produk tertentu. Apabila hasil yang dirasakan nantinya lebih banyak keuntungannya, maka potensi pembentukan niat untuk mengadopsi perilaku atau produk akan tinggi. Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi tolak ukurnya adalah evaluasi kognitif yang membentuk sikap atas perilaku, pengaruh sosial, dan kondisi eksternal yang dirasa mempengaruhi atau mengontrol terbentuknya perilaku (Ahmadi & Dharmmesta, 2016). Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa pembentuk niat beli adalah sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Faktor-Faktor Pembentuk Sikap Terhadap Niat Beli Motor Listrik

Sikap diartikan sebagai evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan atas perilaku tertentu individu (Ajzen & Fishbein, 1980). Ahmadi dan Dharmmesta (Ahmadi & Dharmmesta, 2016) berpendapat bahwa sikap menjadi prediktor dari niat beli, termasuk pada topik pemasaran produk ramah lingkungan. Evaluasi individu yang didapat setelah mempertimbangkan potensi manfaat dan risiko kerugian akan membentuk sikap atas produk tersebut. Jika individu meyakini

bahwa performa dari produk tertentu mengarah pada hasil yang positif, maka akan terbentuk sikap yang positif terhadap produk tersebut.

Manfaat atau keuntungan yang akan didapat oleh calon pembeli motor listrik adalah semua fitur baru yang belum diberikan oleh motor bertenaga fosil, mulai dari teknologinya hingga tampilannya yang futuristik. Ini akan mempengaruhi konsep kualitas motor listrik dibenak para calon konsumen yang nantinya akan mempengaruhi evaluasinya pada pembentukan sikap. Kualitas yang ada pada produk akan menjadi keuntungan yang dirasakan oleh calon pembeli produk ramah lingkungan dimana akan berpengaruh positif pada pembentukan sikap (Ahmadi & Dharmmesta, 2016).

Risiko yang dirasakan juga dapat mempengaruhi sikap atas niat beli motor listrik. Risiko yang dimaksud dapat berupa persepsi dari ketidaktahuan mengenai produk motor listrik yang disebabkan minimnya informasi yang beredar. Selain itu, adanya kekhawatiran calon pembeli motor listrik terkait kualitas, seperti daya tahan motor listrik, yang masih cukup tinggi. Ini terjadi karena motor listrik memang masih pada tahap adopsi awal di Indonesia, sehingga belum cukup membuat calon konsumen percaya. Adanya ketidakpastian dari fungsi produk ramah lingkungan diketahui memang mempengaruhi sikap dari produk tersebut (Pathak & Pathak, 2017). Risiko yang dirasakan ini diketahui berhubungan negatif pada pembentukan sikap produk ramah lingkungan.

Selain manfaat dan risiko yang dirasakan atas produk motor listrik, kepedulian terhadap lingkungan dari calon konsumen juga perlu dipelajari. Produk motor listrik memiliki keunggulan berupa lebih minim emisi yang berdampak baik bagi lingkungan. Sama seperti produk ramah lingkungan lain, kehadiran motor listrik dianggap menjadi salah satu solusi dalam pelestarian lingkungan. Kepedulian pada lingkungan berpengaruh pada niat beli akhir konsumen (Pathavi et al., 2020). Semakin tinggi kepedulian pada lingkungan konsumen, maka semakin tinggi sikap terhadap produk ramah lingkungan tersebut (Cerri et al., 2018).

H1: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan pada sikap

H2: Risiko yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan pada sikap

H3: Kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada sikap

Faktor Pembentuk Niat Beli

Evaluasi individu yang didapat setelah mempertimbangkan keuntungan dan kerugian akan membentuk sikap tertentu. Jika individu meyakini bahwa performa dari perilaku tertentu mengarah pada hasil yang positif, maka hal ini akan membentuk sikap yang positif terhadap perilaku tersebut (Ajzen & Fishbein, 1980), dan begitu juga sebaliknya. Semakin besar sikap positif terhadap produk ramah lingkungan, maka semakin besar niat untuk membeli produk hijau tersebut. Dapat dikatakan bahwa sikap berpengaruh positif pada niat beli.

Norma subjektif didefinisikan sebagai tekanan sosial yang dirasakan dari orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan dalam keadaan tertentu (Ajzen, 1991). Sebagai makhluk sosial, setiap orang akan mempertimbangkan persepsi orang lain atas dirinya pada perilaku yang akan dilakukan, termasuk perilaku pembelian produk tertentu. Terlebih pada isu produk ramah lingkungan yang saat ini cukup sentral dibicarakan ditengah-tengah masyarakat. Pada produk kendaraan ramah lingkungan didapati bahwa salah satu alasan konsumen membelinya adalah karena adanya norma subjektif yang dirasakan dari lingkungan sosial mereka (Hamzah &

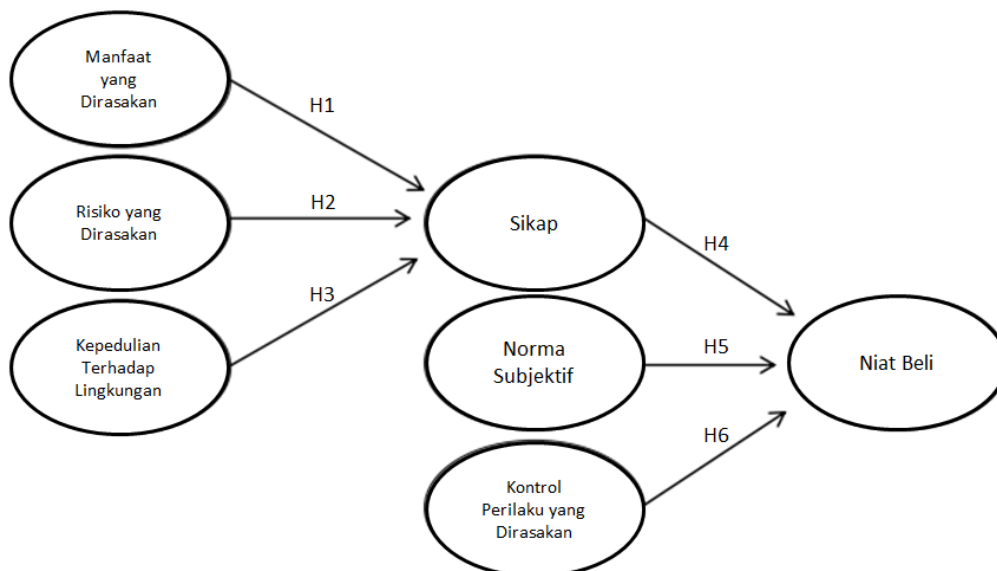
Tanwir, 2021), sehingga dapat disimpulkan sementara bahwa norma subjektif berpengaruh positif pada pembentukan niat beli.

Kontrol perilaku yang dirasakan merupakan sebuah penggerak niat yang sangat diperlukan mengingat seseorang perlu menyimpan kemampuannya sendiri untuk melakukan tindakan tertentu sebelum memutuskan untuk mengambil tindakan. Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai persepsi masyarakat tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku yang diinginkan (Ajzen, 1991). Kontrol perilaku yang dirasakan pada produk kendaraan ramah lingkungan menjadi penting diteliti saat ini karena masih dianggap realtif mahal dan sulit didapatkan. Apabila calon konsumen merasa memiliki kontrol yang kuat atas perilaku, misalnya mampu membeli motor listrik, maka niat belinya juga akan semakin kuat. Dapat dikatakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berhubungan positif dengan niat beli.

H4: Sikap berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli

H5: Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli

H6: Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Metode penelitian yang akan digunakan adalah kuantitatif-kausalitas. Metode ini dipilih karena menyesuaikan tujuan penelitian yakni mengonfirmasi kesimpulan sementara dan melakukan penarikan keputusan secara umum/general atas hubungan-hubungan variabel yang diteliti. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yakni memilih responden untuk dijadikan sampel jika memenuhi kriteria tertentu (Hair et al., 2019). Kriteria yang diperlukan untuk menjadi responden penelitian adalah sudah memiliki pendapatan sendiri. Ini diperlukan agar tidak terjadi bias mengingat harga kendaraan motor listrik relatif tidak murah. Dengan memastikan responden memiliki kemampuan untuk membeli motor listrik, maka jawaban responden terkait niat membeli atau tidak membeli memang dipengaruhi oleh variabel-variabel internal yang diteliti.

Agar tidak adanya kesalahpahaman terkait produk, peneliti membuat video singkat terkait motor listrik yang berisi definisi, atribut yang dimiliki, serta beberapa

merek motor listrik. Video ini sudah discreening agar memang hanya memuat informasi umum tanpa adanya tendensi atau persuasi kepada responden. Video diunggah di kanal Youtube agar mudah diakses sebelum responden mengisi kuesioner. Tautan video <https://bit.ly/videopengantarkuesioner>.

Jumlah minimum sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan rule of thumb multivariate (Hair et al., 2019), yakni jumlah jalur dikali 10. Karena terdapat enam jalur, maka minimum responden yang dibutuhkan adalah 60 orang. Jumlah responden yang didapat selama pengambilan data adalah sebanyak 131 orang, artinya memenuhi rule of thumb kecukupan data. Sebaran data responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Demografi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	60	46%
Perempuan	71	54%
Usia		
15-25 Tahun	21	16%
26-35 Tahun	70	53%
36-45 tahun	37	28%
46-55 Tahun	3	2%
>55 Tahun	0	0%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	11	8%
PNS/BUMN	29	22%
Karyawan Swasta	56	43%
Wirausaha	10	8%
Lain-lain	25	19%
Pendidikan Terakhir		
SMA	19	15%
D3	7	5%
S1	51	39%
S2	54	41%
Pendapatan Sebulan		
< Rp 1.000.000	8	6%
Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	29	22%
Rp 2.500.001 - Rp 5.000.000	71	54%
> Rp 5.000.000	23	18%

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis SEM (structural equation model) dengan menggunakan pendekatan PLS (partial least square). PLS dapat bekerja dengan efektif dengan jumlah sampel yang kecil dan model yang kompleks (Hair et al., 2019). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua subbab model yaitu model pengukuran (measurement model) atau sering disebut outer model dan model struktural (structural model) atau sering disebut inner model. Model pengukuran digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas indikator penelitian sementara model struktural digunakan untuk menilai kalayakan model penelitian. Kedua model ini harus lulus *cut off* minimum yang sudah ditetapkan sebelum menguji hubungan antar jalur (pengujian hipotesis).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Model Pengukuran

Pengujian menggunakan SEM-PLS dilakukan dalam dua tahap yakni pengujian model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran dilakukan untuk mengetahui apakah indikator penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik sebagai alat untuk mengukur setiap variabel. Tabel 2 dan 3 memperlihatkan hasil pengujian model pengukuran.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen dan Uji Reliabilitas

Variabel	Butir Indikator	Validitas Konvergen		Reliabilitas	
		Muatan Faktor	Nilai AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Manfaat yang Dirasakan (Perceived Benefit) – PB	5	0.590-0.822	0.548	0.940	0.943
Risiko yang Dirasakan (Perceived Risk) – PR	4	0.454-0.944	0.516	0.792	0.821
Kepedulian terhadap Lingkungan (Environmental Concern) - EC	4	0.756-0.842	0.640	0.794	0.936
Sikap (Attitude) – ATT	5	0.866-0.923	0.808	0.813	0.817
Norma Subjektif (Subjective Norm) – SN	5	0.713-0.938	0.740	0.910	0.918
Kontrol Perilaku yang Dirasakan (Perceived Behavioral Control) – PBC	6	0.719-0.897	0.621	0.878	0.903
Niat Beli (Purchase Intention) - PI	4	0.751-0.957	0.815	0.921	0.938

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Tabel 3. Hasil Validitas Diskriminan

	ATT	EC	PBC	PI	PB	PR	SN
ATT	0.899						
EC	0.500	0.800					
PBC	0.601	0.449	0.788				
PI	0.697	0.384	0.770	0.903			
PB	0.532	0.364	0.520	0.488	0.741		
PR	-0.224	-0.139	-0.224	-0.151	-0.062	0.718	
SN	0.803	0.433	0.637	0.625	0.500	-0.268	0.860

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Dari hasil pengujian dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai AVE yang lebih tinggi dari 0.5 yang berarti sudah memenuhi kriteria validitas konvergensi (Hair et al., 2019). Karena sudah memenuhi kriteria tersebut, maka indikator dengan muatan faktor yang kurang dari 0.7 tetap dipertahankan (Hair et al., 2019). Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki validitas diskriminan yang baik dikarenakan nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari variabel lain (Hair et al., 2019)

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki reliabilitas yang baik. Pada cronbach's alpha menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai yang lebih besar dari 0.7, begitu juga composite reliability yang menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0.7 (Hair et al., 2019). Dari hasil uji tersebut dapat dinyatakan bahwa model pengukuran sudah terpenuhi dan dapat dilanjutkan

ke tahap model struktural.

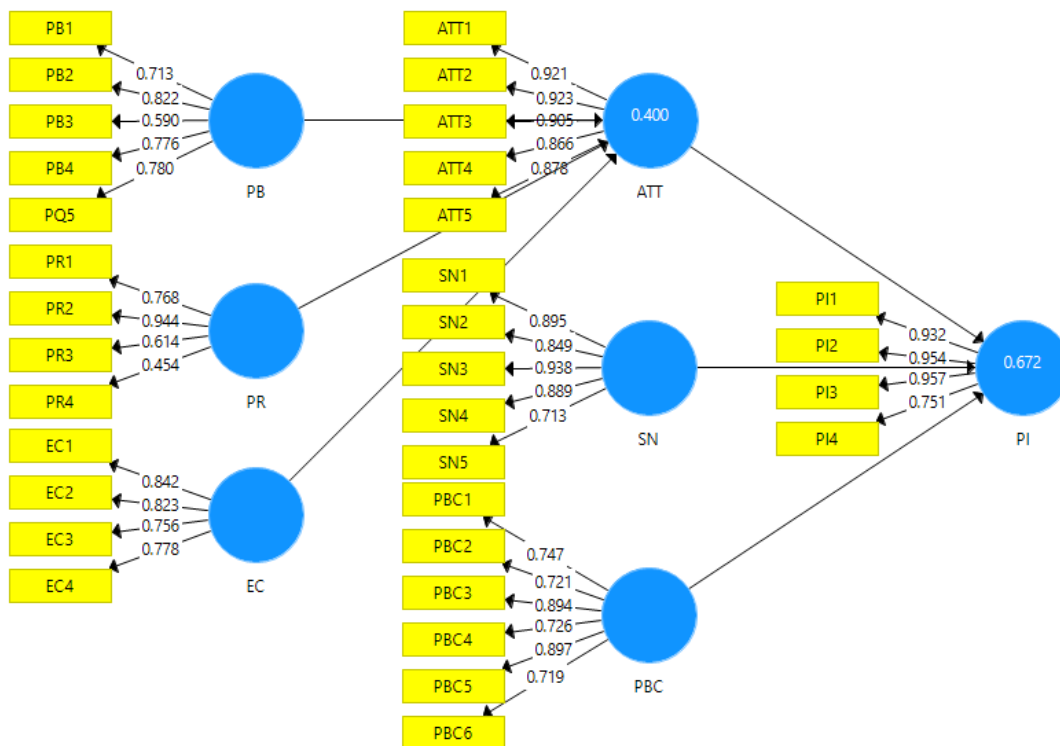
Uji Model Struktural

Pengujian model struktural diperlukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi dan koefisien jalur (Hair et al., 2019). Model struktural dianalisis dengan sebelumnya membuat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Tabel 4 dan Gambar 2 memperlihatkan hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Sikap (ATT)	0.414	0.400
Niat beli (PI)	0.679	0.672

Sumber: Hasil Olah Data 2023



Gambar 2. Pengujian Model Penelitian

Hasil pengujian yang dapat dilihat pada Tabel 3 dan Gambar 2 menunjukkan nilai koefisien determinasi variabel Sikap sebesar 0.400 dan Niat Beli sebesar 0.672. Hasil menunjukkan bahwa variabel Sikap dan Niat Beli memiliki kekuatan model moderat (Hair et al., 2019). Selanjutnya, pengujian koefisien jalur pada SEM-PLS dilakukan dengan menggunakan pendekatan bootstrapping dengan melihat nilai estimasi sebagai arah hubungan dan nilai t-Tabel sebagai tingkat signifikansi. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui dan menetapkan diterima atau ditolaknya hipotesis. Dalam studi ini, terdapat enam jalur dengan empat enam. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Pengujian Bootstrapping

Hipotesis	Path	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Manfaat yang Dirasakan → Sikap	0.401	5.331	0.000	Terdukung
H2	Risiko yang Dirasakan → Sikap	-0.153	1.022	0.307	Tidak Terdukung
H3	Kepedulian Terhadap Lingkungan → Sikap	0.332	4.762	0.000	Terdukung
H4	Sikap → Niat Beli	0.405	3.754	0.000	Terdukung
H5	Norma Subjektif → Niat beli	-0.060	0.563	0.574	Tidak Terdukung
H6	Kontrol Perilaku yang Dirasakan → Niat Beli	0.564	6.797	0.000	Terdukung

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Tabel 5 memperlihatkan bahwa empat dari enam hipotesis terdukung dengan tingkat signifikansi 1%, yakni H1,H3,H4, dan H6. Sementara dua hipotesis yang tidak terdukung adalah H2 dan H5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap dibentuk oleh variabel manfaat yang dirasakan dan kepedulian terhadap lingkungan dengan nilai koefisien determinasi mencapai 40%. Calon konsumen motor listrik pada penelitian ini menganggap bahwa motor listrik dengan segala fitur yang dibawa dan ditawarkannya akan memberikan manfaat yang baik. Sudah cukup dikenal di masyarakat Indonesia bahwa jika suatu produk dirasa memiliki irisan dengan teknologi terbaru seperti penggunaan AI, komputer, mesin berkomponen listrik, dan sejenisnya, maka dianggap lebih muktahir. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Yuniaristanto et al., 2022) dimana motor listrik yang dianggap memiliki teknologi lebih baik akan menjadi manfaat yang dirasakan dan menjadi pembentuk sikap terhadap niat beli motor listrik.

Kepedulian terhadap lingkungan juga diketahui memiliki peran dalam membentuk sikap terhadap niat beli. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa kepedulian terhadap lingkungan dapat membentuk niat beli (Yeğın & Ikram, 2022). Isu lingkungan menjadi salah satu landasan mengapa produk ramah lingkungan hadir dan menarik perhatian banyak orang, termasuk motor listrik. Begitu juga dengan isu kesehatan dari polusi yang dihasilkan dan isu ekonomi dari besarnya dana subsidi yang disiapkan oleh negara setiap tahunnya. Produsen motor listrik dan pemerintah sebaiknya mulai menggalakkan promosi dan iklan layanan masyarakat terkait manfaat lingkungan yang didapat jika bermigrasi ke motor listrik agar semakin menunbuhkan rasa kepedulian terhadap lingkungan dimasyarakat.

Sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat membentuk niat beli dengan koefisien determinasi sebesar 67,2%. Ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga menggunakan TPB sebagai landasan model penelitiannya pada isu kendaraan ramah lingkungan (Huang & Ge, 2019; Jung Moon, 2020; Yeğın & Ikram, 2022). Dengan meningkatkan kualitas motor listrik diharapkan meningkatkan juga rasa percaya mereka pada motor listrik. Persepsi manfaat yang dirasakan juga akan semakin tinggi dan juga akan meningkatkan niat beli. Memproduksi dan mendistribusikannya secara masif juga diperlukan agar mendapatkan skala ekonomis dan kemudahan mendapatkan produk, sehingga kontrol perilaku yang dirasakan semakin besar terhadap motor listrik.

Risiko yang dirasakan tidak terbukti berpengaruh negatif dan signifikan pada sikap. Arah koefisien sudah sesuai, yakni negatif, namun nilai t-statistic sangat

lemah yakni hanya 1.022 sehingga tidak signifikan. Kehadiran motor listrik yang relatif masih baru dirasa belum cukup memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai sisi positif dan negatif dari produk, padahal risiko yang dihadapi dalam upaya mengadopsi motor listrik cukup banyak. Risiko yang dimaksud dapat berbentuk risiko finansial, fungsi, fisik, psikologis, sosial, dan waktu (Pathak & Pathak, 2017).

Norma subjektif juga tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli. Pengaruh sosial masih belum cukup kuat untuk menggerakkan niat beli. Calon konsumen motor listrik masih lebih dipengaruhi oleh faktor internal daripada faktor sosial. Ini juga bisa terjadi karena produk yang masih relatif baru di masyarakat, khususnya di Indonesia, sehingga masih cukup asing. Jika kedepannya sudah mulai lumrah dan sudah dirasakan manfaatnya secara umum, bisa saja tekanan dari lingkungan sosial mampu menjadi salah satu penggerak niat beli.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap niat beli motor listrik dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan dan kepedulian terhadap lingkungan. Kedua variabel ini mampu membentuk sikap positif yang dapat membentuk niat beli motor listrik. Sikap disini sendiri juga terbukti memiliki pengaruh pada pembentukan niat beli motor listrik, bersamaan dengan kontrol perilaku yang dirasakan. Untuk mempercepat adopsi motor listrik maka produsen dan pemerintah perlu terus menggalakkan penyebaran informasi, promosi, bahkan iklan masyarakat terkait kehadiran motor listrik sebagai salah satu solusi penyelesaian permasalahan yang timbul dari motor bertenaga fosil. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mencoba untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan metode analisis yang lebih rigit seperti SEM-BC. Hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan pada pembentukan model penelitian yang lebih komprehensif dan kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, & Dharmmesta, B. S. (2016). Analisis Motivasi, Kemampuan, Dan Kesempatan Yang Membentuk Perilaku Pembelian Produk Organik: Sebuah Studi *Feb.Untan.Ac.Id*, 1995, 1–18. <https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/03/PAPER-PESERTA-SEMIRATA-min-1.pdf>
- 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., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes And Predicating Social Behaviour (1st ed.)* (1st Editio). Prentice-Hall.
- Asti, M., Supriyadi, I., & Yusgiantoro, P. (2020). Analisa Penggunaan Sepeda Motor Listrik Bagi Transportasi Online Terhadap Ketahanan Energi (Studi Pada Gojek). *Jurnal Ketahanan Energi*, 6(1), 19–38.
- Badan Pusat Staistik. (2022). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTcjMg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>

- Cerri, J., Testa, F., & Rizzi, F. (2018). The more I care, the less I will listen to you: How information, environmental concern and ethical production influence consumers' attitudes and the purchasing of sustainable products. *Journal of Cleaner Production*, 175, 343–353. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.054>
- Chen, H.-S., Tsai, B.-K., & Hsieh, C.-M. (2017). Determinants of consumers' purchasing intentions for the hydrogen-electric motorcycle. *Sustainability*, 9(8), 1–12. <https://doi.org/10.3390/su9081447>
- 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>
- Hair, J. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighteen E). Cengage. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hamzah, M. I., & Tanwir, N. S. (2021). Do pro-environmental factors lead to purchase intention of hybrid vehicles? The moderating effects of environmental knowledge. *Journal of Cleaner Production*, 279. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123643>
- 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>
- Judianto, O., & Kurniadi, A. M. (2018). Peningkatan Daya Jual Motor Listrik Di Indonesia Melalui Pemberdayaan Rekayasa Teknik Re-Design Fairing Dengan Acuan Gaya Desain Kendaraan Roda Empat Militer ANOA. *Inosains*, 13(2), 140–144.
- Jung Moon, S. (2020). Integrating Diffusion of Innovations and Theory of Planned Behavior to Predict Intention to Adopt Electric Vehicles. *International Journal of Business and Management*, 15(11), 88. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n11p88>
- Kusnandar, V. B. (2022). *Ini Rincian Anggaran Subsidi Energi Rp502 Triliun*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/13/ini-rincian-anggaran-subsidi-energi-rp502-triliun>
- Pathak, V. K., & Pathak, A. (2017). Understanding Perceived Risk: A Case Study of Green Electronic Consumer Products. *Management Insight - The Journal of Incisive Analysers*, 13(01), 33–37. <https://doi.org/10.21844/mijia.v13i01.8367>
- Pathavi, D., Adam, M. R. R., & Bustaman, Y. (2020). Analysis of Factors Affecting The Green Purchase Intention of Electric Motorcycle: Case Study of Selis. *ADI International Conference Series*, 458–476. <http://repository.sgu.ac.id/1806/>
- Pratiwi, A. A., Wibawa, B. M., & Baihaqi, I. (2020). Identifikasi Sepeda Motor Listrik Terhadap Niat Membeli: Kasus di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(1), 34–39. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i1.50819>
- Rahmawati, T. S., Yuniaristanto, Sutopo, W., & Hisjam, M. (2022). Development Of A Model Of Intention To Adopt Electric Motorcycle In Indonesia. *Automotive*

Experiences, 5(3), 494–506. <https://doi.org/10.31603/ae.7344>

Suparmadi, Y., Riyadi, S., & Junaidy, D. W. (2021). Indonesian Consumer Preference on Electric Motorcycle Design with Kansei Engineering Approach. *Journal of Visual Art and Design*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2021.13.1.1>

Yeğın, T., & Ikram, M. (2022). Analysis of Consumers' Electric Vehicle Purchase Intentions: An Expansion of the Theory of Planned Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912091>

Yuniaristanto, Dela Utami, M. W., Sutopo, W., & Hisjam, M. (2022). Investigating Key Factors Influencing Purchase Intention of Electric Motorcycle in Indonesia. *Transactions on Transport Sciences*, 13(1), 54–64. <https://doi.org/10.5507/tots.2022.002>