

PENGARUH *GREEN MARKETING* TERHADAP PURCHASING BEHAVIOUR PEMBELI MOBIL LISTRIK

¹**Ahmad Dimas Krisnawan**

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
21311540@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh environmental concern terhadap niat mengadopsi kendaraan listrik berkelanjutan dengan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) yang diperluas. Pendekatan kuantitatif dengan desain kausal digunakan melalui kuesioner daring kepada 300 responden di Indonesia, dianalisis dengan PLS-SEM menggunakan SmartPLS. Hasil menunjukkan environmental concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective norm, attitude, perceived behavioral control, serta langsung terhadap niat adopsi kendaraan listrik. Selain itu, ketiga variabel TPB juga berpengaruh positif terhadap niat tersebut. Temuan menegaskan pentingnya kepedulian lingkungan, sikap positif, dukungan sosial, dan persepsi kemampuan dalam mendorong adopsi kendaraan listrik. Implikasinya, perusahaan dan pemerintah perlu meningkatkan edukasi, komunikasi manfaat lingkungan, serta menyediakan infrastruktur dan kebijakan pendukung.

Kata kunci: *environmental concern, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, intention to adopt sustainable electric vehicle*

PENDAHULUAN

Isu lingkungan global kini menjadi perhatian utama akibat meningkatnya dampak perubahan iklim yang mengancam keberlanjutan bumi. Perubahan iklim ditandai dengan naiknya suhu global, mencairnya es kutub, dan meningkatnya frekuensi bencana alam, sebagian besar disebabkan oleh akumulasi gas rumah kaca, khususnya karbon dioksida (CO₂). Laporan Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC, 2021) menegaskan bahwa emisi CO₂ yang tidak terkendali akan mempercepat krisis iklim dan berdampak luas pada ekosistem, ekonomi, serta kesehatan manusia. Oleh karena itu, upaya pengurangan emisi CO₂ menjadi agenda mendesak yang melibatkan negara, industri, hingga individu. Sektor transportasi merupakan penyumbang emisi CO₂ terbesar, sekitar 24% dari total emisi karbon global menurut International Energy Agency (IEA, 2020). Kendaraan bermotor berbahan bakar fosil, terutama kendaraan pribadi, menjadi kontributor utama. Transformasi menuju sistem transportasi ramah lingkungan seperti mobil listrik menjadi solusi strategis untuk menurunkan emisi dan mendorong transisi menuju ekonomi hijau. Mobil listrik dipromosikan sebagai alternatif karena tidak menghasilkan emisi gas buang selama pengoperasian dan menawarkan

efisiensi energi lebih tinggi dibandingkan kendaraan berbahan bakar fosil (Hawkins et al., 2013; U.S. Department of Energy, 2020). Dukungan teknologi baterai dan insentif pemerintah semakin memperkuat peran mobil listrik dalam strategi dekarbonisasi transportasi global. Kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan turut mendorong perubahan preferensi terhadap produk ramah lingkungan. Konsumen kini mempertimbangkan dampak lingkungan selain aspek fungsional dan harga (Joshi & Rahman, 2015). Permintaan terhadap produk hijau meningkat, termasuk kendaraan listrik, produk daur ulang, dan barang berlabel eco-friendly. Konsumen dengan nilai lingkungan tinggi cenderung menunjukkan perilaku pembelian bertanggung jawab, bahkan bersedia membayar lebih untuk produk berkelanjutan (Nguyen et al., 2019). Fenomena ini menjadi kekuatan pasar yang mendorong perusahaan menyesuaikan strategi dengan prinsip keberlanjutan.

Dalam konteks ini, green marketing menjadi strategi penting. Pemasaran berwawasan lingkungan menekankan nilai keberlanjutan dan tanggung jawab ekologis, mencakup desain produk ramah lingkungan, kemasan daur ulang, hingga promosi yang menyoroti komitmen perusahaan terhadap pelestarian lingkungan (Polonsky, 1994). Pada kendaraan listrik, green marketing berperan membentuk persepsi positif konsumen dan memperkuat loyalitas terhadap merek yang dianggap bertanggung jawab (Leonidou et al., 2011). Strategi ini dapat meningkatkan niat beli dan mempercepat adopsi kendaraan ramah lingkungan (Rahbar & Wahid, 2011; Nguyen et al., 2017). Di Indonesia, adopsi mobil listrik menunjukkan pertumbuhan signifikan. Data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo, 2023) mencatat distribusi 69.763 unit kendaraan listrik pada 2023, meningkat 237,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Kontribusi terbesar berasal dari Battery Electric Vehicle (BEV), dengan Hyundai Ioniq 5 dan Wuling Air EV sebagai model terlaris. Produksi lokal dimulai sejak 2022 melalui pabrik Hyundai di Cikarang. Namun, laju adopsi masih lebih lambat dibandingkan tren global. Survei PwC Indonesia (2023) menunjukkan kekhawatiran konsumen terkait keterbatasan infrastruktur pengisian daya, biaya perawatan jangka panjang, serta harga jual tinggi. Hambatan ini menandakan bahwa keberhasilan adopsi massal kendaraan listrik bergantung pada regulasi pemerintah, pengembangan infrastruktur, dan edukasi berkelanjutan. Pemilihan topik mengenai pengaruh green marketing terhadap perilaku pembelian mobil listrik didasari urgensi perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi transisi menuju ekonomi hijau. Perusahaan dituntut tidak hanya menawarkan produk ramah lingkungan, tetapi juga membangun komunikasi pemasaran yang meyakinkan dan beretika (Peattie & Crane, 2005). Bagi industri, pemahaman hubungan antara green marketing dan keputusan pembelian membantu menyusun strategi efektif. Bagi akademik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen berwawasan lingkungan, khususnya di pasar negara berkembang seperti Indonesia (Nguyen et al., 2019). Dengan mempertimbangkan urgensi krisis iklim, perkembangan teknologi kendaraan ramah lingkungan, serta pergeseran nilai konsumen, penelitian ini relevan untuk dikaji. Melalui pendekatan ilmiah, studi ini diharapkan memberi kontribusi teoritis dan praktis dalam mendorong keberlanjutan sektor otomotif serta memperkuat posisi mobil listrik sebagai pilihan logis dan etis bagi konsumen masa kini.

KAJIAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* dengan menambahkan konstruk

perceived behavioral control. TPB menjelaskan bahwa perilaku didahului oleh niat perilaku (*behavioral intention*), yang dibentuk oleh tiga konstruk utama: *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. TPB juga relevan untuk perilaku pro-lingkungan, di mana sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol memengaruhi niat individu untuk bertindak berkelanjutan (Han et al., 2010). Dalam konteks kendaraan listrik, TPB menjelaskan bagaimana persepsi manfaat lingkungan, dukungan sosial, dan keyakinan terhadap kemampuan menggunakan teknologi baru memengaruhi niat adopsi. Selain itu, TPB fleksibel dengan integrasi variabel eksternal seperti *environmental concern* yang dapat memengaruhi *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (Rezvani et al., 2015).

Attitude

Attitude merujuk pada evaluasi individu terhadap suatu perilaku tertentu, dibentuk oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari tindakan serta penilaian positif atau negatif terhadap hasil yang diharapkan (Ajzen, 1991). Semakin positif evaluasi individu terhadap suatu perilaku, semakin besar kemungkinan munculnya niat untuk melakukannya. Dalam konteks pemilihan kendaraan listrik, attitude muncul dari persepsi konsumen bahwa kendaraan listrik lebih ramah lingkungan, hemat energi, dan mendukung gaya hidup berkelanjutan. Jika konsumen percaya bahwa penggunaan mobil listrik memberikan manfaat pribadi dan sosial, sikap positif akan terbentuk dan meningkatkan niat membeli (Dutta & Hwang, 2021). Sebaliknya, persepsi terhadap keterbatasan seperti harga tinggi atau infrastruktur yang kurang memadai dapat menimbulkan sikap negatif dan menurunkan niat adopsi.

Subjective Norm

Subjective norm merujuk pada persepsi individu mengenai tekanan sosial atau norma dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, atau masyarakat umum. Ketika orang-orang penting mendukung atau mengharapkan pembelian kendaraan listrik, pengaruh sosial ini memperkuat niat pembelian (Ajzen, 1991). Dalam konteks kendaraan listrik, subjective norm mencerminkan sejauh mana individu merasa lingkungan sosial mendukung penggunaan transportasi ramah lingkungan.

Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control (PBC) merujuk pada persepsi individu tentang sejauh mana mereka memiliki kemampuan dan sumber daya untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Konsep ini mencerminkan keyakinan individu mengenai kemudahan atau kesulitan melaksanakan tindakan tertentu. Dalam konteks pembelian mobil listrik, PBC dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti harga, ketersediaan stasiun pengisian daya, insentif pemerintah, serta kemudahan akses produk (Dutta & Hwang, 2021). Jika konsumen merasa mampu dan memiliki cukup sumber daya, maka niat beli lebih mungkin terwujud menjadi tindakan nyata. Semakin besar persepsi kontrol, semakin tinggi kemungkinan terbentuknya niat adopsi kendaraan listrik.

Environmental Concern

Environmental concern merujuk pada tingkat kesadaran dan kepedulian individu terhadap isu lingkungan seperti perubahan iklim, polusi udara, dan degradasi ekosistem. Konsep ini mencerminkan sejauh mana seseorang merasa bertanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan dan mempertimbangkan dampak ekologis dalam keputusan konsumsi (Nguyen et al., 2019). Dalam konteks kendaraan listrik, environmental concern menjadi faktor psikologis penting karena kendaraan listrik dipersepsikan lebih ramah lingkungan dibandingkan kendaraan berbahan bakar fosil. Individu dengan kepedulian lingkungan tinggi

cenderung menunjukkan preferensi terhadap produk berkelanjutan, membentuk evaluasi positif terhadap kendaraan listrik yang dianggap mampu mengurangi emisi karbon. Dengan demikian, *environmental concern* memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan kendaraan listrik sebagai solusi mobilitas berkelanjutan (Nguyen et al., 2019).

Intention to Adopt Sustainable Electric Vehicle

Intention to adopt sustainable electric vehicle merujuk pada kecenderungan atau kesiapan individu untuk menggunakan atau membeli kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi ramah lingkungan. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), niat perilaku merupakan faktor utama yang secara langsung memprediksi perilaku actual (Ajzen, 1991). Niat mencerminkan komitmen individu untuk mengadopsi kendaraan listrik sebagai bagian dari gaya hidup berkelanjutan, dipengaruhi oleh pertimbangan fungsional maupun nilai keberlanjutan (Nguyen et al., 2019). Menurut TPB, niat adopsi dibentuk oleh attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control (Ajzen, 1991). Sikap positif, dukungan sosial, serta keyakinan akan kemampuan menggunakan teknologi meningkatkan kemungkinan terbentuknya niat adopsi. Individu dengan kesadaran lingkungan tinggi serta persepsi positif terhadap kendaraan listrik menunjukkan niat lebih kuat untuk beralih dari kendaraan konvensional (Rezvani et al., 2015). Namun, niat tidak selalu langsung terwujud karena dipengaruhi faktor situasional seperti ketersediaan sumber daya.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Desain kausal digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *intention to adopt sustainable electric vehicle*. Penelitian ini mengacu pada kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan dengan menambahkan variabel *environmental concern*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan dan ketertarikan terhadap mobil listrik. Penelitian difokuskan pada individu yang memahami mobil listrik serta memiliki minat, pertimbangan, atau rencana untuk menggunakan maupun membeli mobil listrik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses peneliti dalam menjangkau individu yang tersedia dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 300 orang.

Metode Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh melalui data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur. Kuesioner disebarikan secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Instrumen penelitian dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable electric vehicle*. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, yaitu dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju).

Pengukuran Variabel

Intention to adopt sustainable electric vehicle diposisikan sebagai variabel dependen yang mencerminkan niat individu untuk menggunakan, membeli, atau merekomendasikan mobil listrik sebagai kendaraan ramah lingkungan. Variabel *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* digunakan sebagai variabel independen dalam kerangka TPB. Sementara itu, *environmental concern* digunakan sebagai variabel eksternal yang memengaruhi ketiga konstruk TPB serta niat adopsi mobil listrik. Indikator pengukuran masing-masing variabel diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks adopsi mobil listrik di Indonesia.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Sebelum pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji melalui evaluasi model pengukuran yang meliputi uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, analisis dilanjutkan dengan evaluasi model struktural melalui uji kolinearitas, R-square, Q-square, dan pengujian koefisien jalur. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian. Secara umum, hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada kategori setuju hingga sangat setuju terhadap variabel *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *environmental concern*, dan *intention to adopt sustainable EV*.

Tabel. 1 Deskriptif Variabel Attitude

Kode	Item Attitude	Mean	Kategori
AT1	Saya percaya bahwa kendaraan listrik akan memberikan manfaat bagi lingkungan dalam jangka panjang	4.303	Sangat Setuju
AT2	Kendaraan listrik dapat mengurangi penggunaan bahan bakar fosil seperti bensin atau solar.	4.263	Sangat Setuju
AT3	Saya akan merasa puas terhadap diri saya sendiri jika membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	4.133	Setuju
AT4	Saya menyukai gagasan untuk memiliki kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	4.357	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel. 2 Deskriptif Variabel Subjective norm

Kode	Item Subjective norm	Mean	Kategori
SN1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya sebaiknya memilih kendaraan listrik jika membeli kendaraan dalam waktu dekat.	3.753	Setuju
SN2	Jika saya membeli kendaraan listrik, orang-orang yang penting bagi saya akan mendukung keputusan tersebut.	3.950	Setuju
SN3	Orang-orang yang penting bagi saya lebih menginginkan saya menggunakan kendaraan listrik yang ramah lingkungan dibandingkan kendaraan berbahan bakar bensin atau diesel.	3.927	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel. 3 Deskriptif Variabel Perceived Behavioral Control

Kode	Item Perceived Behavioral Control	Mean	Kategori
PBC1	Saya merasa harga kendaraan listrik masih dalam batas kemampuan saya jika saya memutuskan untuk membelinya.	4.330	Sangat Setuju
PBC2	Saya merasa mampu menanggung biaya perawatan dan perbaikan kendaraan listrik jika saya mengadopsinya.	4.183	Setuju
PBC3	Saya mengetahui di mana dan bagaimana cara membeli kendaraan listrik jika saya ingin memilikinya.	4.063	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel. 4 Deskriptif Variabel Environmental concern

Kode	Item Environmental concern	Mean	Kategori
EC1	Saya merasa peduli terhadap berbagai permasalahan lingkungan yang terjadi saat ini.	3.967	Setuju
EC2	Saya percaya bahwa masyarakat perlu mengubah perilakunya untuk mengurangi perubahan iklim dan melindungi lingkungan.	3.950	Setuju
EC3	Saya merasa bahwa perubahan iklim merupakan ancaman bagi saya dan keluarga saya.	3.880	Setuju
EC4	Saya menilai bahwa permasalahan lingkungan semakin serius dalam beberapa tahun terakhir.	3.803	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel. 5 Deskriptif Variabel Intention to adopt sustainable electric vehicle

Kode	Item Intention to adopt sustainable EV	Mean	Kategori
ISE1	Saya memiliki niat untuk menggunakan kendaraan listrik dalam waktu dekat.	4.247	Sangat Setuju
ISE2	Pada pembelian kendaraan berikutnya, saya akan mempertimbangkan untuk membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	4.207	Setuju
ISE3	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan kendaraan listrik kepada orang lain.	4.223	Sangat Setuju
ISE4	Saya tetap bersedia membeli kendaraan listrik meskipun kualitasnya sedikit lebih rendah dibandingkan kendaraan konvensional.	4.167	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk penelitian secara valid dan reliabel. Hasil outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading yang memadai. Seluruh nilai Average Variance Extracted (AVE) juga berada di atas 0,50 sehingga konstruk penelitian memenuhi kriteria validitas konvergen.

Tabel. 6 Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Attitude	AT1	0.866
Attitude	AT2	0.868
Attitude	AT3	0.909
Attitude	AT4	0.817
Environmental Concern	EC1	0.779
Environmental Concern	EC2	0.799
Environmental Concern	EC3	0.809
Environmental Concern	EC4	0.803
Intention to Adopt Sustainable EV	ISE1	0.846
Intention to Adopt Sustainable EV	ISE2	0.876
Intention to Adopt Sustainable EV	ISE3	0.899
Intention to Adopt Sustainable EV	ISE4	0.860
Perceived Behavioral Control	PBC1	0.805
Perceived Behavioral Control	PBC2	0.829
Perceived Behavioral Control	PBC3	0.812
Subjective Norm	SN1	0.742
Subjective Norm	SN2	0.811
Subjective Norm	SN3	0.854

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel. 7 Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Attitude	0.750
Environmental Concern	0.636
Intention to Adopt Sustainable EV	0.758
Perceived Behavioral Control	0.665
Subjective Norm	0.646

Sumber: Olah Data (2026)

Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki nilai akar AVE yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Dengan demikian, masing-masing konstruk dalam model memiliki perbedaan konseptual yang memadai.

Tabel. 8 Fornell-Larcker Criterion

	attitude	environmental concern	intention to adopt sustainable EV	perceived behavioral control	subjective norm
attitude	0.866				
environmental concern	0.718	0.798			
intention to adopt sustainable EV	0.805	0.753	0.871		
perceived behavioral control	0.522	0.494	0.534	0.815	
subjective norm	0.635	0.645	0.640	0.450	0.804

Sumber: Olah Data (2026)

Reliabilitas konstruk diuji menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Seluruh konstruk memiliki nilai reliabilitas di atas batas minimum yang direkomendasikan, sehingga instrumen penelitian dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam analisis struktural.

Tabel. 9 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)
attitude	0.888	0.923
environmental concern	0.809	0.875
intention to adopt sustainable EV	0.893	0.926
perceived behavioral control	0.748	0.856
subjective norm	0.727	0.845

Sumber: Olah Data (2026)

Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian. Uji kolinearitas menunjukkan bahwa seluruh nilai VIF berada di bawah batas maksimum 5, sehingga tidak terdapat masalah kolinearitas serius dalam model.

Tabel. 10 Uji Nilai VIF

KODE	VIF	KODE	VIF	KODE	VIF	KODE	VIF	KODE	VIF
AT1	2.487	EC1	1.583	ISE1	2.135	PBC1	1.401	SN1	1.339
AT2	2.652	EC2	1.638	ISE2	2.656	PBC2	1.615	SN2	1.495
AT3	3.153	EC3	1.889	ISE3	3.210	PBC3	1.529	SN3	1.513
AT4	2.061	EC4	1.852	ISE4	2.459				

Sumber: Olah Data (2026)

Nilai R-square menunjukkan bahwa konstruk intention to adopt sustainable EV memiliki nilai sebesar 0,723. Hasil ini mengindikasikan bahwa environmental concern, attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control secara bersama-sama mampu menjelaskan niat adopsi mobil listrik secara kuat.

Tabel. 11 Hasil R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
attitude	0.516	0.514
intention to adopt sustainable EV	0.723	0.720
perceived behavioral control	0.244	0.241
subjective norm	0.416	0.414

Sumber: Olah Data (2026)

Nilai Q-square menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif karena konstruk endogen utama memiliki nilai Q² lebih besar dari nol. Nilai Q-square pada intention to adopt sustainable EV sebesar 0,541 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik terhadap niat adopsi kendaraan listrik.

Tabel. 12 Hasil Uji Q-Square

Variabel	Q-Square (Q ²) predict
attitude	0.383
environmental concern	0.000
intention to adopt sustainable EV	0.541
perceived behavioral control	0.157
subjective norm	0.261

Sumber: Olah Data (2026)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping. Hasil koefisien jalur menunjukkan bahwa seluruh hubungan yang diuji memiliki nilai T-statistic lebih besar dari 1,96 dan P-value lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini didukung.

Tabel. 13 Hasil Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
environmental concern -> subjective norm	0.645	0.644	0.048	13.508	0.000	H1 Didukung
subjective norm -> intention to adopt sustainable EV	0.105	0.104	0.046	2.290	0.022	H2 Didukung
environmental concern -> attitude	0.718	0.715	0.040	18.145	0.000	H3 Didukung
attitude -> intention to adopt sustainable EV	0.477	0.476	0.051	9.356	0.000	H4 Didukung
environmental concern -> perceived behavioral control	0.494	0.490	0.070	7.084	0.000	H5 Didukung
perceived behavioral control -> intention to adopt sustainable EV	0.091	0.091	0.037	2.474	0.013	H6 Didukung
environmental concern -> intention to adopt sustainable EV	0.298	0.298	0.046	6.476	0.000	H7 Didukung

Sumber: Data Primer (2026)

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh environmental concern terhadap subjective norm

Hasil penelitian menunjukkan bahwa environmental concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap subjective norm. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepedulian individu terhadap lingkungan, semakin kuat pula persepsi mengenai dukungan sosial terhadap penggunaan kendaraan listrik. Dalam konteks adopsi mobil listrik, kepedulian lingkungan tidak hanya menjadi pertimbangan personal, tetapi juga dapat membentuk persepsi bahwa lingkungan sosial mendukung perilaku konsumsi yang lebih ramah lingkungan.

Pengaruh subjective norm terhadap intention to adopt sustainable EV

Subjective norm berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to adopt sustainable EV. Artinya, dukungan dari orang-orang penting di sekitar responden dapat meningkatkan niat individu untuk menggunakan atau membeli mobil listrik. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan adopsi kendaraan listrik tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan pribadi, tetapi juga oleh dorongan sosial dari lingkungan sekitar.

Pengaruh environmental concern terhadap attitude

Environmental concern juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude. Semakin tinggi kepedulian responden terhadap permasalahan lingkungan, semakin positif

sikap mereka terhadap mobil listrik. Hal ini menunjukkan bahwa mobil listrik dipersepsikan sebagai alternatif transportasi yang sesuai dengan nilai keberlanjutan dan upaya pengurangan dampak lingkungan dari kendaraan berbahan bakar fosil.

Pengaruh attitude terhadap intention to adopt sustainable EV

Attitude memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to adopt sustainable EV. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap mobil listrik merupakan faktor penting dalam membentuk niat adopsi. Responden yang menilai mobil listrik bermanfaat bagi lingkungan, mampu mengurangi penggunaan bahan bakar fosil, dan sesuai dengan gaya hidup ramah lingkungan cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk mengadopsi kendaraan listrik.

Pengaruh environmental concern terhadap perceived behavioral control

Environmental concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived behavioral control. Hasil ini menunjukkan bahwa individu dengan kepedulian lingkungan yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi kontrol yang lebih baik dalam mengadopsi kendaraan listrik. Kepedulian lingkungan dapat mendorong individu untuk lebih aktif mencari informasi, mempertimbangkan kemampuan finansial, dan memahami cara memperoleh serta menggunakan mobil listrik.

Pengaruh perceived behavioral control intention to adopt sustainable EV

Perceived behavioral control berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to adopt sustainable EV. Dengan demikian, semakin besar keyakinan individu bahwa mereka memiliki kemampuan, sumber daya, dan akses untuk menggunakan mobil listrik, semakin tinggi pula niat mereka untuk mengadopsinya. Faktor seperti harga, biaya perawatan, dan pengetahuan mengenai cara memperoleh kendaraan listrik menjadi aspek penting yang dapat memperkuat niat adopsi.

Pengaruh environmental concern terhadap intention to adopt sustainable EV

Environmental concern juga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap intention to adopt sustainable EV. Temuan ini memperkuat peran kepedulian lingkungan sebagai faktor utama dalam mendorong niat adopsi kendaraan listrik. Individu yang memiliki kesadaran terhadap perubahan iklim dan permasalahan lingkungan cenderung melihat mobil listrik sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap perilaku konsumsi yang lebih berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung perluasan Theory of Planned Behavior dengan memasukkan environmental concern sebagai variabel eksternal. Environmental concern terbukti tidak hanya memengaruhi konstruk utama TPB, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap niat adopsi mobil listrik. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa perusahaan otomotif dan pembuat kebijakan perlu meningkatkan edukasi lingkungan,

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa environmental concern merupakan faktor penting dalam membentuk niat adopsi mobil listrik berkelanjutan. Environmental concern terbukti berpengaruh positif terhadap subjective norm, attitude, perceived behavioral control, dan intention to adopt sustainable EV. Selain itu, subjective norm, attitude, dan perceived

behavioral control juga berpengaruh positif terhadap intention to adopt sustainable EV. Dengan demikian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini didukung.

Temuan utama menunjukkan bahwa attitude memiliki pengaruh paling kuat terhadap intention to adopt sustainable EV, sedangkan environmental concern menjadi pendorong penting yang membentuk sikap, norma sosial, persepsi kontrol, dan niat adopsi secara langsung. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya strategi pemasaran hijau yang menekankan manfaat lingkungan secara jelas, didukung oleh edukasi konsumen, bukti kredibel, ketersediaan informasi, serta penguatan infrastruktur kendaraan listrik. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teknik sampling yang lebih representatif, memperluas wilayah penelitian, serta memasukkan variabel tambahan seperti price sensitivity, green trust, charging infrastructure, dan perceived risk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Azwar, S. 2012. "Penyusunan Skala Psikologi," edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bamberg, S. (2003). How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 21–32.
- Casteel, A., & Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230.
- Cyr, D. (2008). Modeling website design across cultures: Relationships to trust, satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 47–72.
- Dutta, B., & Hwang, H. G. (2021). Consumers purchase intentions of green electric vehicles: The influence of consumers technological and environmental considerations. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132112025>
- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo). (2023). Data distribusi kendaraan listrik tahun 2023. Gaikindo.
- Han, H., Hsu, L. T. (Jane), & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>

- Hawkins, T. R., Singh, B., Majeau-Bettez, G., & Strømman, A. H. (2013). Comparative environmental life cycle assessment of conventional and electric vehicles. *Journal of Industrial Ecology*, 17(1), 53–64.
- 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>
- International Energy Agency (IEA). (2020). CO₂ emissions from fuel combustion highlights 2020. IEA Publications.
- Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2010). Green consumer behavior: Determinants of curtailment and eco-innovation adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 358–370. <https://doi.org/10.1108/07363761011052396>
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic Management Review*, 3(1–2), 128–143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Leonidou, C. N., Katsikeas, C. S., & Morgan, N. A. (2011). Greening the marketing mix: Do greeners lead to greener? *Journal of International Marketing*, 19(2), 1–20.
- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2017). Energy efficient household appliances in emerging markets: the influence of consumers' values and knowledge on their attitudes and purchase behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 41(2), 167–177. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12323>
- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2019). Energy efficient household appliances in emerging markets: The influence of environmental concern. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 310–319.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy? *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(4), 357–370.
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2), 1–10.
- PwC Indonesia. (2023). *Electric vehicle market outlook Indonesia 2023*. PricewaterhouseCoopers Indonesia.
- Rahbar, E., & Wahid, N. A. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. *Business Strategy Series*, 12(2), 73–83.

- Rezvani, Z., Jansson, J., & Bodin, J. (2015). Advances in consumer electric vehicle adoption research: A review and research agenda. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 34, 122–136. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2014.10.010>
- Sekaran, & Bougie. (2016). *sekaran_2016*.
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taylor, S., & Tod, P. A. (1995). *Understanding information technology usage: A Test Competing Models*.
- U.S. Department of Energy. (2020). *Electric vehicle benefits and considerations*. Office of Energy Efficiency and Renewable Energy.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- 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), 123–143. <https://doi.org/10.1007/s11116-014-9567-9>