



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 14006-14025

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Pengaruh Purchase Intention Kendaraan Listrik Berdasarkan Functional Value, Environmental Concern, Government Policy dengan Mediasi Attitude Toward Electric Vehicle

Athar Rafly Aleandro¹, Andi Muhammad Sadat², Nofriska Krissanya³

¹²³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

¹atharrafly20@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *functional value* (FV), *environmental concern* (EC), dan *government policy* (GP) terhadap *purchase intention* (PI) kendaraan listrik dengan *attitude toward electric vehicle* (AT) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 253 responden yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji model pengukuran dan hubungan struktural antarvariabel. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perhatian masyarakat terhadap penggunaan kendaraan ramah lingkungan sebagai upaya mengurangi dampak negatif transportasi terhadap lingkungan. Selain itu, perkembangan teknologi kendaraan listrik dan dukungan pemerintah melalui berbagai kebijakan mendorong perubahan perilaku konsumen dalam mempertimbangkan penggunaan kendaraan listrik sebagai alternatif kendaraan konvensional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *functional value*, *environmental concern*, dan *government policy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward electric vehicle* dan *purchase intention*. Selain itu, *attitude toward electric vehicle* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* serta mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh *functional value*, *environmental concern*, dan *government policy* terhadap *purchase intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap nilai fungsional kendaraan listrik, kepedulian terhadap lingkungan, dan dukungan kebijakan pemerintah berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap kendaraan listrik yang pada akhirnya meningkatkan niat pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan pelaku industri otomotif dalam menyusun strategi untuk mempercepat adopsi kendaraan listrik di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumen terhadap teknologi transportasi berkelanjutan.

Kata Kunci: *Functional Value, Environmental Concern, Government Policy, Purchase Intention, Attitude Toward Electric Vehicle.*

1. Latar Belakang

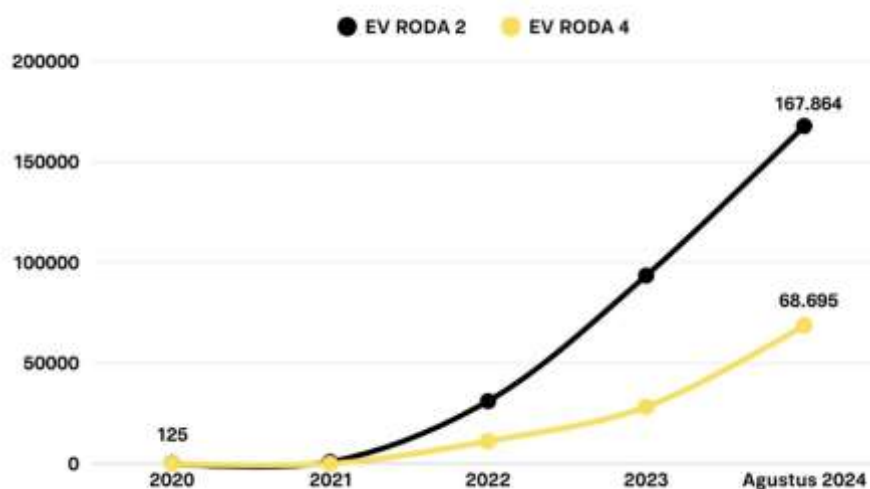
Permasalahan kualitas udara yang semakin memburuk telah menjadi isu global yang menuntut perhatian serius. Indonesia tercatat sebagai negara dengan kualitas udara terburuk di kawasan ASEAN pada tahun 2022, bahkan Jakarta menempati posisi keempat sebagai kota paling tercemar di dunia. Kondisi ini memperlihatkan bahwa persoalan lingkungan di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari meningkatnya emisi gas rumah kaca, di mana sektor transportasi menjadi salah satu penyumbang terbesar emisi karbon dioksida (CO₂) yang berdampak terhadap pemanasan global dan penurunan kualitas udara.

Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, berbagai negara, termasuk Indonesia, mulai beralih menuju sistem transportasi berkelanjutan melalui adopsi kendaraan listrik (*electric vehicle*/EV). Teknologi ini dinilai mampu mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar fosil, menekan emisi karbon, serta mendukung target transisi energi bersih. Secara global, adopsi kendaraan listrik meningkat pesat seiring dengan inovasi teknologi, kebijakan pemerintah yang progresif, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keberlanjutan lingkungan. Temuan Malik et al. (2025) menunjukkan bahwa EV menawarkan keunggulan signifikan dibandingkan kendaraan konvensional, seperti *zero tailpipe emissions*, efisiensi *powertrain* yang lebih tinggi, dan potensi pengurangan jejak karbon hingga lebih dari 40% sepanjang *lifecycle*-nya. Selain itu, perkembangan teknologi baterai, sistem pengisian cepat, dan desain aerodinamis turut mempercepat penetrasi pasar EV secara

global. Namun demikian, tingkat keberhasilan adopsi kendaraan listrik sangat bergantung pada kesiapan ekosistem, mulai dari kebijakan dan infrastruktur pengisian daya hingga sikap serta persepsi masyarakat terhadap teknologi ini.

Di Indonesia, isu transisi energi mulai mendapatkan perhatian serius dari pemerintah. Melalui Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai, pemerintah menegaskan komitmennya dalam membangun ekosistem kendaraan listrik nasional. Kebijakan ini menjadi langkah awal untuk mendukung target jangka panjang menuju *net zero emission* pada tahun 2060. Pemerintah juga menargetkan produksi dua juta mobil listrik dan dua belas juta sepeda motor listrik pada tahun 2030 (IISD, 2024). Tujuan tersebut tidak hanya berorientasi pada aspek lingkungan, tetapi juga diarahkan untuk memperkuat daya saing industri otomotif nasional di era transisi energi global.

Perkembangan kendaraan listrik di Indonesia menunjukkan tren yang cukup menjanjikan. Berdasarkan laporan GoodStats (2024) yang tertera pada gambar 1.1, jumlah kendaraan listrik di Indonesia terus meningkat tajam dalam empat tahun terakhir. Pada tahun 2020 hanya terdapat sekitar 125 unit kendaraan listrik roda dua dan roda empat, sedangkan pada Agustus 2024 jumlahnya melonjak menjadi 167.864 unit motor listrik dan 68.695 unit mobil listrik. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam waktu singkat.

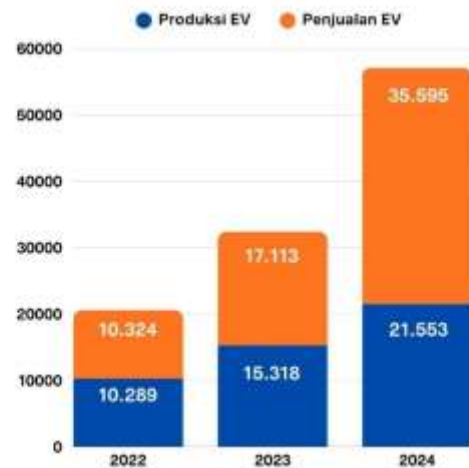


Gambar 1 Jumlah Kendaraan Listrik di Indonesia Tahun 2020–Agustus 2024

Sumber: GoodStats (2024)

Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam waktu singkat. Namun demikian, laporan CRIF Asia (2024) menegaskan bahwa meskipun pertumbuhannya pesat, pangsa kendaraan listrik di Indonesia baru mencapai sekitar 3,8% pada tahun 2024. Angka ini masih sangat kecil dibandingkan total populasi kendaraan konvensional nasional yang melebihi 150 juta unit. Hal tersebut mengindikasikan bahwa adopsi kendaraan listrik masih berada pada tahap awal dan membutuhkan dukungan yang lebih kuat dari sisi kebijakan, infrastruktur, serta penerimaan konsumen.

Dari sisi industri, perkembangan positif juga terlihat. Laporan CRIF Asia (2024) mengutip data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) yang mencatat peningkatan produksi dan penjualan kendaraan listrik dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022, produksi kendaraan listrik mencapai 10.289 unit, meningkat menjadi 21.553 unit pada tahun 2024, sementara penjualan meningkat dari 10.324 unit pada 2022 menjadi 35.595 unit pada 2024.



Gambar 2 Pertumbuhan Produksi dan Perdagangan Kendaraan Listrik di Indonesia

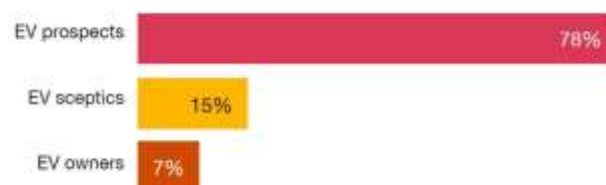
Sumber: CRIF Asia (2024)

Pertumbuhan ini memperlihatkan komitmen industri otomotif terhadap pengembangan kendaraan listrik domestik. Namun, peningkatan permintaan konsumen belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan kapasitas produksi yang ada. Di sisi permintaan, tantangan utama masih terletak pada persepsi masyarakat mengenai harga kendaraan listrik yang tinggi, keterbatasan infrastruktur pengisian daya, serta kekhawatiran terhadap efisiensi dan daya tahan baterai.

Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah signifikan untuk menurunkan hambatan utama dalam adopsi kendaraan listrik melalui serangkaian kebijakan fiskal dan insentif. Berdasarkan laporan Reuters (2024), pemerintah menurunkan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) untuk kendaraan listrik dari 11% menjadi hanya 1% sebagai upaya memperpanjang stimulus yang sebelumnya berakhir pada 2023. Selain itu, pemerintah juga menghapus Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) untuk jenis kendaraan listrik tertentu serta menangguhkan bea impor hingga 2025 guna mengurangi biaya produksi dan menekan harga jual EV di pasar domestik. Langkah-langkah ini dirancang untuk menarik minat konsumen sekaligus memperkuat daya saing harga kendaraan listrik dibandingkan kendaraan konvensional berbahan bakar minyak.

Di samping insentif fiskal tersebut, pemerintah juga berfokus pada penguatan infrastruktur pendukung melalui kerja sama strategis dengan PLN untuk memperluas jaringan *charging station* di berbagai kota besar, termasuk Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Menurut Reuters (2024), upaya perluasan infrastruktur dilakukan secara paralel dengan target pemerintah untuk memperbesar kapasitas industri kendaraan listrik nasional, sejalan dengan ambisi menjadikan Indonesia sebagai pusat manufaktur EV di kawasan ASEAN. Melalui kombinasi antara penurunan beban pajak, dukungan impor, dan pembangunan infrastruktur pengisian daya, pemerintah berharap hambatan biaya awal dan kekhawatiran konsumen terhadap ketersediaan fasilitas pendukung dapat diminimalkan sehingga adopsi kendaraan listrik semakin meningkat.

Meskipun berbagai insentif dan regulasi telah dikeluarkan, perubahan perilaku konsumen menuju adopsi kendaraan listrik belum menunjukkan percepatan yang signifikan. Survei PwC Indonesia (2024) mengungkap bahwa tingkat ketertarikan terhadap kendaraan listrik sangat tinggi, dengan 78% responden menyatakan minat untuk memiliki EV (*EV prospects*). Namun, minat tersebut belum terkonversi menjadi tindakan nyata, terbukti dari hanya 7% responden yang telah menjadi *EV owners*. Sebanyak 15% lainnya masih termasuk kelompok *EV sceptics* yang menunjukkan keraguan terhadap efisiensi biaya, ketersediaan infrastruktur pengisian daya, serta keandalan teknologi baterai. Selain itu, sebagian besar konsumen masih mempertanyakan kesiapan ekosistem pendukung EV, termasuk jaringan servis, garansi baterai, dan nilai jual kembali yang dianggap belum stabil.





Gambar 3 Data hasil survei PwC Indonesia 2024 tentang minat dan kepemilikan EV

Sumber: PwC Indonesia (2024)

Lebih lanjut, temuan ini menegaskan bahwa tantangan adopsi kendaraan listrik di Indonesia tidak hanya bersifat struktural, seperti kebijakan dan infrastruktur, tetapi juga psikologis dan sosial, yang berkaitan dengan persepsi serta kepercayaan konsumen terhadap teknologi baru.

Kesenjangan antara tingkat kesadaran lingkungan dan tindakan pembelian aktual menggambarkan fenomena *attitude-behavior gap* (Ebaidalla et al., 2025; Jiang et al., 2025). Banyak konsumen memiliki sikap positif terhadap kendaraan ramah lingkungan, tetapi belum terdorong untuk membeli karena pertimbangan biaya yang tinggi, nilai fungsional yang belum optimal, serta persepsi terhadap efektivitas kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi sikap (*attitude*) dan niat beli (*purchase intention*) terhadap kendaraan listrik di Indonesia.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *functional value* memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan niat beli konsumen. Menurut Wang et al. (2024), persepsi terhadap manfaat fungsional kendaraan listrik, seperti efisiensi energi, performa yang andal, dan biaya operasional rendah, berpengaruh positif terhadap *attitude* dan *purchase intention*. Di sisi lain, *environmental concern* juga berkontribusi dalam membentuk sikap positif terhadap kendaraan listrik. Ebaidalla et al. (2025) dan Yeğin & Ikram (2022) menemukan bahwa konsumen dengan kepedulian lingkungan tinggi cenderung memandang kendaraan listrik sebagai solusi berkelanjutan. Selain itu, *government policy* menjadi faktor eksternal yang berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward* dan *purchase intention* konsumen. Chonsalasin et al. (2024) menjelaskan bahwa *attitude toward* berpengaruh serta berperan positif terhadap kebijakan pemerintah/*government policy*, seperti subsidi, keringanan pajak, dan pembangunan infrastruktur pengisian daya, berperan penting dalam meningkatkan niat adopsi kendaraan listrik.

Dengan demikian, *attitude toward electric vehicle* berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara *functional value*, *environmental concern*, dan *government policy* terhadap *purchase intention*. Sikap positif menjadi mekanisme psikologis utama yang mentransformasikan persepsi rasional dan moral konsumen menjadi niat pembelian aktual terhadap kendaraan listrik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *functional value*, *environmental concern*, dan *government policy* terhadap *purchase intention*, baik secara langsung maupun melalui *attitude toward electric vehicle* sebagai variabel mediasi, dengan fokus pada konsumen kendaraan listrik di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2025 hingga Februari 2026 di wilayah Jabodetabek. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada data Direktorat Jenderal Ketenagalistrikan, jumlah SPKLU nasional per Desember 2024 mencapai 3.202 unit dan SPBKLU sebanyak 1.902 unit, dengan konsentrasi terbesar berada di DKI Jakarta dan Jawa Barat (Direktorat Jenderal Ketenagalistrikan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, 2025). sehingga dinilai representatif untuk mengkaji perilaku konsumen terhadap kendaraan listrik. Selain itu, ketersediaan infrastruktur pengisian daya merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan serta niat beli konsumen terhadap kendaraan listrik (PwC Indonesia, 2024)., sehingga dinilai representatif untuk mengkaji perilaku konsumen terhadap kendaraan listrik.. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antara *functional value*, *environmental concern*, dan *government policy* terhadap *purchase intention* dengan *attitude toward electric vehicle* sebagai variabel mediasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, dan dapat dianalisis secara statistik. Populasi penelitian adalah masyarakat Jabodetabek yang berusia minimal 17 tahun. Batas usia tersebut ditetapkan karena individu pada usia tersebut telah memenuhi syarat untuk memiliki SIM serta dianggap memiliki kemampuan dalam mengambil

keputusan secara rasional terkait pembelian kendaraan. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan bantuan quota sampling sehingga responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu individu yang mengetahui kendaraan listrik dan memiliki ketertarikan terhadap penggunaannya. Berdasarkan jumlah indikator penelitian, diperoleh kebutuhan sampel minimum sebanyak 250 responden yang kemudian didistribusikan secara proporsional pada setiap wilayah di Jabodetabek.

Instrumen penelitian dikembangkan untuk mengukur lima variabel utama, yaitu *functional value*, *environmental concern*, *government policy*, *attitude toward electric vehicle*, dan *purchase intention*. Variabel-variabel tersebut disusun berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB) dan Value-Attitude-Behavior (VAB) Model yang menjelaskan bagaimana nilai, kepedulian lingkungan, serta dukungan kebijakan pemerintah dapat membentuk sikap dan niat konsumen dalam membeli kendaraan listrik. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert enam poin untuk memperoleh jawaban yang lebih tegas dan mengurangi kecenderungan responden memilih jawaban netral. Data penelitian dikumpulkan secara daring melalui Google Form yang disebarluaskan menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan X. Metode ini dipilih karena dinilai efektif menjangkau responden dalam jumlah besar dengan waktu dan biaya yang lebih efisien. Seluruh indikator yang digunakan diadaptasi dari penelitian terdahulu yang telah terbukti valid dan reliabel, kemudian disesuaikan dengan konteks kendaraan listrik di Indonesia.

Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.1.1.8. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan yang kompleks antarvariabel serta tidak memerlukan asumsi normalitas data yang ketat. Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen, evaluasi model struktural untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi pengaruh langsung maupun tidak langsung. Pengujian mediasi dilakukan menggunakan metode bootstrapping untuk memastikan peran *attitude toward electric vehicle* dalam menjembatani pengaruh variabel independen terhadap *purchase intention* kendaraan listrik.

3. Hasil dan Diskusi

Deskripsi Data

Deskripsi data pada penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan kondisi data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen, yaitu *functional value* (X1), *environmental concern* (X2), dan *government policy* (X3), satu variabel mediasi berupa *attitude towards electric vehicle* (Z), serta satu variabel dependen, yaitu *purchase intention* (Y). Variabel-variabel tersebut digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian kendaraan listrik, dengan *attitude towards electric vehicle* berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan pengaruh variabel independen terhadap *purchase intention*. Penyajian deskripsi data bertujuan memberikan pemahaman awal mengenai hasil yang diperoleh sebelum memasuki tahap analisis lebih lanjut. Untuk memudahkan pembahasan, bagian ini dibagi menjadi dua, yaitu deskripsi karakteristik responden dan analisis deskriptif variabel penelitian.

4.1.1. Profil Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel. 1 Jenis Kelamin

	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki – Laki	154	60,9
Perempuan	99	39,1
Total Responden	253	100

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden penelitian sebanyak 253 orang, terdiri atas 154 laki-laki (60,9%) dan 99 perempuan (39,1%). Jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, yang dapat disebabkan oleh karakteristik topik penelitian mengenai kendaraan listrik. Meskipun demikian, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dinilai telah memadai dan mampu merepresentasikan populasi penelitian, sehingga layak digunakan sebagai dasar analisis terhadap *functional value*, *environmental concern*, *government policy*, *attitude toward electric vehicle*, dan *purchase intention*.

b. Usia

Tabel 2 Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17-20 Tahun	39	15,4
21-25 Tahun	136	53,8
26-30 Tahun	45	17,8
31-36 Tahun	17	6,7
36 Tahun Keatas	16	6,3
Total Responden	253	100

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, responden didominasi oleh kelompok usia 21–25 tahun sebanyak 136 orang (53,8%), diikuti usia 26–30 tahun sebanyak 45 orang (17,8%), 17–20 tahun sebanyak 39 orang (15,4%), 31–36 tahun sebanyak 17 orang (6,7%), dan di atas 36 tahun sebanyak 16 orang (6,3%). Komposisi ini menunjukkan bahwa penelitian didominasi oleh individu usia produktif yang umumnya lebih terbuka terhadap perkembangan teknologi dan inovasi kendaraan listrik. Meskipun demikian, penyebaran responden dari berbagai kategori usia tetap memberikan keberagaman perspektif yang representatif dalam penelitian.

c. Pendidikan Terakhir

Tabel 3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMA/SMK/Sederajat	104	41,1
Diploma/Sarjana (D3/S1)	143	56,5
Magister (S2)	4	1,6
Doktor (S3)	2	0,8
Total Responden	253	100

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden memiliki pendidikan Diploma/Sarjana (D3/S1) sebanyak 143 orang (56,5%), diikuti SMA/SMK/ sederajat sebanyak 104 orang (41,1%), Magister (S2) sebanyak 4 orang (1,6%), dan Doktor (S3) sebanyak 2 orang (0,8%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh individu dengan latar belakang pendidikan Diploma/Sarjana yang umumnya memiliki akses informasi dan pemahaman yang lebih baik mengenai perkembangan teknologi, isu lingkungan, dan kendaraan listrik. Meskipun demikian, keberagaman jenjang pendidikan tetap memberikan perspektif yang beragam dan komprehensif dalam penelitian.

d. Pekerjaan

Tabel 4 Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	117	46,2
Karyawan/Karyawati	85	33,6
Wiraswasta/Entrepreneur	28	11,1
Freelancer	12	4,7
Belum/Tidak bekerja	7	2,8
Yang Lain	4	1,6
Total Responden	253	100

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden berstatus pelajar/mahasiswa sebanyak 117 orang (46,2%), diikuti karyawan/karyawati 85 orang (33,6%), wiraswasta/entrepreneur 28 orang (11,1%), freelancer 12 orang (4,7%), belum/tidak bekerja 7 orang (2,8%), dan lainnya 4 orang (1,6%). Dominasi pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa penelitian banyak melibatkan kelompok usia produktif yang umumnya lebih aktif mengikuti perkembangan teknologi dan isu keberlanjutan, termasuk kendaraan listrik. Keberagaman pekerjaan responden juga memberikan perspektif yang lebih luas dalam penelitian.

e. Pendapatan Per bulan

Tabel 5 Pendapatan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Belum Memiliki Pendapatan	59	23,3
<Rp. 1.000.000	36	14,2
Rp1.000.000 – Rp2.999.999	37	14,6
Rp3.000.000 – Rp4.999.999	35	13,8
Rp5.000.000 – Rp7.999.999	54	21,3
Rp8.000.000 - Rp. 9.999.999	19	7,5
>Rp. 10.000.000	13	5,1
Total Responden	253	100

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, karakteristik pendapatan responden cukup beragam, dengan proporsi terbesar berasal dari kelompok yang belum memiliki pendapatan sebanyak 59 orang (23,3%), diikuti responden berpendapatan Rp5.000.000–Rp7.999.999 sebanyak 54 orang (21,3%). Kondisi ini sejalan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa usia 21–25 tahun. Keberagaman tingkat pendapatan mencerminkan variasi kondisi ekonomi responden dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi purchase intention terhadap kendaraan listrik.

f. Domisili

Tabel 6 Domisili

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jakarta	116	45,8
Bogor	60	23,7
Depok	23	9,1
Tangerang	20	7,9
Bekasi	34	13,4
Total Responden	253	100

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan diatas, mayoritas responden berdomisili di Jakarta sebanyak 116 orang (45,8%), diikuti Bogor 60 orang (23,7%), Bekasi 34 orang (13,4%), Depok 23 orang (9,1%), dan Tangerang 20 orang (7,9%). Dominasi responden dari Jakarta menunjukkan tingginya akses masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan kendaraan listrik. Selain itu, keterlibatan responden dari berbagai wilayah di Jabodetabek memberikan perspektif yang lebih luas dan representatif mengenai functional value, environmental concern, government policy, attitude toward electric vehicle, dan purchase intention.

4.1.2. Analisis Deskriptif

a. *Functional value*

Tabel 7 Functional Value

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
X1.1	Kendaraan listrik yang beredar di domestik dianggap aman, nyaman, inovatif secara teknologi, serta ramah terhadap lingkungan.	3 (1,19%)	4 (1,58%)	11 (4,35%)	37 (14,62%)	155 (61,26%)	43 (17%)	4,84
X1.2	Kendaraan listrik memberikan penggunaan yang ekonomis dengan jarak tempuh yang terjamin.	0 (0,00%)	9 (3,56%)	9 (3,56%)	33 (13,04%)	126 (49,80%)	76 (30,04%)	4,99

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
X1.3	Kendaraan listrik domestik dianggap praktis serta memberikan pengalaman berkendara yang nyaman serta menyenangkan.	0 (0,00%)	11 (4,35%)	5 (1,98%)	37 (14,62%)	117 (46,25%)	83 (32,81%)	5,01
X1.4	Kendaraan listrik memiliki standar kualitas yang baik dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.	1 (0,40%)	7 (2,77%)	9 (3,56%)	30 (11,86%)	138 (54,55%)	68 (26,88%)	4,98
X1.5	Kendaraan listrik memiliki performa yang stabil dan dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari.	2 (0,79%)	7 (2,77%)	7 (2,77%)	27 (10,67%)	130 (51,38%)	80 (31,62%)	5,04

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel functional value adalah “Kendaraan listrik memiliki performa yang stabil dan dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari” (X1.5) dengan nilai mean 5,04, sedangkan nilai terendah terdapat pada “Kendaraan listrik yang beredar di domestik dianggap aman, nyaman, inovatif secara teknologi, serta ramah terhadap lingkungan” (X1.1) dengan nilai mean 4,84. Secara keseluruhan, variabel functional value memperoleh nilai rata-rata 4,97 yang termasuk dalam kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap nilai fungsional kendaraan listrik.

b. *Environmental Concern*

Tabel 8 Environmental Concern

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
X2.1	Saya peduli terhadap lingkungan.	3 (1,19%)	2 (0,79%)	12 (4,74%)	23 (9,09%)	101 (39,92%)	112 (44,27%)	5,19
X2.2	Saya bersedia mengubah kebiasaan atau mengeluarkan biaya lebih untuk mendukung perlindungan lingkungan.	0 (0,00%)	3 (1,19%)	7 (2,77%)	45 (17,79%)	130 (51,38%)	68 (26,88%)	5
X2.3	Saya menyadari bahwa aktivitas manusia berlebihan dapat menyebabkan kerusakan	2 (0,79%)	2 (0,79%)	10 (3,95%)	39 (15,42%)	141 (55,73%)	59 (23,32%)	4,94

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
X2.4	lingkungan yang serius. Saya memahami bahwa keseimbangan alam sangat rentan terganggu oleh aktivitas manusia yang tidak ramah lingkungan.	0 (0,00%)	5 (1,98%)	6 (2,37%)	44 (17,39%)	125 (49,41%)	73 (28,85%)	5,01
X2.5	Saya percaya bahwa emisi dari kendaraan bermotor merupakan penyebab utama polusi udara.	2 (0,79%)	3 (1,19%)	8 (3,16%)	38 (15,02%)	109 (43,08%)	93 (36,76%)	5,09

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel environmental concern adalah “Saya peduli terhadap lingkungan” (X2.1) dengan nilai mean 5,19, sedangkan nilai terendah terdapat pada “Saya menyadari bahwa aktivitas manusia berlebihan dapat menyebabkan kerusakan lingkungan yang serius” (X2.3) dengan nilai mean 4,94. Secara keseluruhan, variabel environmental concern memperoleh nilai rata-rata 5,05 yang termasuk dalam kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepedulian terhadap lingkungan yang tinggi.

a. *Government policy*

Tabel 9 Government Policy

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
X3.1	Insentif pemerintah seperti subsidi atau bantuan pembelian mendorong minat masyarakat untuk menggunakan kendaraan listrik.	0 (0,00%)	4 (1,58%)	14 (5,53%)	60 (23,72%)	137 (54,15%)	38 (15,02%)	4,75
X3.2	Kelonggaran aturan dari pemerintah bagi pengguna kendaraan listrik meningkatkan minat masyarakat untuk beralih ke kendaraan listrik.	0 (0,00%)	5 (1,98%)	12 (4,74%)	55 (21,74%)	117 (46,25%)	64 (25,30%)	4,88
X3.3	Program pembangunan infrastruktur pengisian daya menjadi faktor penting dalam penggunaan kendaraan listrik secara luas.	1 (0,40%)	5 (1,98%)	9 (3,56%)	39 (19,37%)	138 (54,55%)	51 (20,16%)	4,86

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11090>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
X3.4	Penyesuaian kebijakan pemerintah dengan kebutuhan masyarakat mendorong saya mempertimbangkan kendaraan listrik.	1 (0,40%)	5 (1,98%)	8 (3,16%)	72 (28,46%)	119 (47,04%)	48 (18,97%)	4,77
X3.5	Memberikan insentif untuk pembelian kendaraan listrik mendorong niat penggunaan kendaraan listrik.	1 (0,40%)	2 (0,79%)	10 (3,95%)	46 (18,18%)	140 (55,34%)	54 (21,34%)	4,91

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel government policy adalah “Memberikan insentif untuk pembelian kendaraan listrik mendorong niat penggunaan kendaraan listrik” (X3.5) dengan nilai mean 4,91, sedangkan nilai terendah terdapat pada “Insentif pemerintah seperti subsidi atau bantuan pembelian mendorong minat masyarakat untuk menggunakan kendaraan listrik” (X3.1) dengan nilai mean 4,75. Secara keseluruhan, variabel government policy memperoleh nilai rata-rata 4,84 yang termasuk dalam kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kebijakan pemerintah yang mendukung penggunaan kendaraan listrik.

b. *Attitude towards electric vehicle*

Tabel 10 Attitude toward electric vehicle

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
Z.1	Saya merasa biaya perawatan kendaraan listrik lebih murah karena tidak memerlukan komponen mesin dan knalpot seperti konvensional.	0 (0,00%)	4 (1,58%)	20 (7,91%)	64 (25,30%)	115 (45,45%)	50 (19,76%)	4,74
Z.2	Saya percaya bahwa penggunaan kendaraan listrik membantu mengurangi konsumsi bahan bakar dan mendukung efisiensi energi.	0 (0,00%)	8 (3,16%)	12 (4,74%)	30 (11,86%)	128 (50,59%)	75 (29,64%)	4,99
Z.3	Saya percaya bahwa memiliki kendaraan listrik dalam jangka panjang lebih hemat secara ekonomi dibanding dengan kendaraan konvensional.	0 (0,00%)	12 (4,74%)	10 (3,95%)	43 (17,00%)	125 (49,41%)	63 (24,90%)	4,86

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
Z.4	Saya percaya bahwa kendaraan listrik merupakan pilihan transportasi yang efisien dengan kebutuhan perjalanan saya.	0 (0,00%)	11 (4,35%)	12 (4,74%)	45 (17,79%)	114 (45,06%)	71 (28,06%)	4,88
Z.5	Saya percaya bahwa kendaraan listrik dapat mengurangi emisi karbon dibandingkan dengan kendaraan bermesin konvensional.	1 (0,40%)	7 (2,77%)	10 (3,95%)	40 (15,81%)	136 (53,75%)	59 (23,32%)	4,90

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel attitude toward electric vehicle adalah “Saya percaya bahwa penggunaan kendaraan listrik membantu mengurangi konsumsi bahan bakar dan mendukung efisiensi energi” (Z.2) dengan nilai mean 4,99, sedangkan nilai terendah terdapat pada “Saya merasa biaya perawatan kendaraan listrik lebih murah” (Z.1) dengan nilai mean 4,74. Secara keseluruhan, variabel attitude toward electric vehicle memperoleh nilai rata-rata 4,87 yang termasuk dalam kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa responden memiliki sikap positif terhadap kendaraan listrik.

c. *Purchase Intention*

Tabel 11 Purchase Intention

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
Y.1	Ketika membeli kendaraan di masa depan, saya bersedia memilih kendaraan listrik.	5 (1,98%)	9 (3,56%)	8 (3,16%)	60 (23,72%)	116 (45,85%)	55 (21,74%)	4,73
Y.2	Saya berniat membeli kendaraan listrik untuk kebutuhan perjalanan di masa depan.	5 (1,98%)	10 (3,95%)	10 (3,95%)	44 (17,39%)	114 (45,06%)	70 (27,67%)	4,83
Y.3	Jika diberi pilihan untuk membeli kendaraan bermesin pembakaran internal atau kendaraan listrik, saya akan memilih kendaraan listrik.	4 (1,58%)	11 (4,35%)	12 (4,74%)	72 (28,46%)	100 (39,53%)	54 (21,34%)	4,64
Y.4	Saya berencana membeli mobil listrik di masa depan.	3 (1,19%)	12 (4,74%)	5 (1,98%)	52 (20,55%)	125 (49,41%)	56 (22,13%)	4,79
Y.5	Saya berencana mempertimbangkan opsi kendaraan listrik (listrik dan hybrid) untuk	10 (3,95%)	4 (1,58%)	13 (5,14%)	73 (28,85%)	107 (42,29%)	46 (18,18%)	4,58

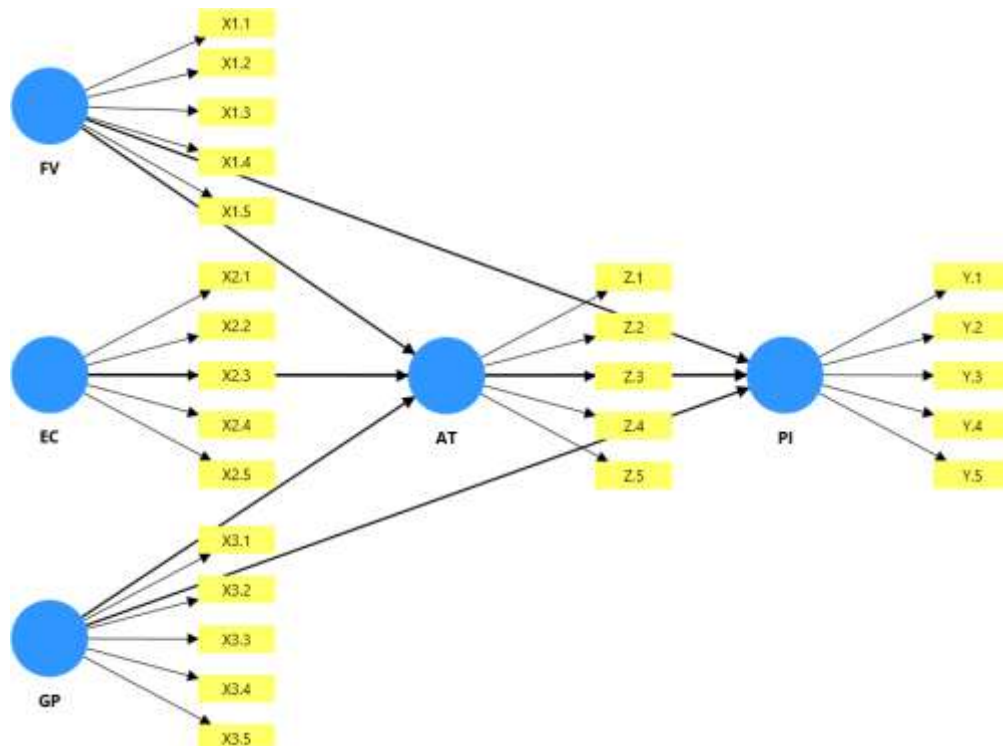
No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Mean
	menggantikan mobil saya saat ini.							

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan tabel diatas, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel purchase intention adalah “Saya berniat membeli kendaraan listrik untuk kebutuhan perjalanan di masa depan” (Y.2) dengan nilai mean 4,83, sedangkan nilai terendah terdapat pada “Saya berencana mempertimbangkan opsi kendaraan listrik untuk menggantikan mobil saya saat ini” (Y.5) dengan nilai mean 4,58. Secara keseluruhan, variabel purchase intention memperoleh nilai rata-rata 4,71 yang termasuk dalam kategori tinggi, sehingga menunjukkan bahwa responden memiliki niat pembelian kendaraan listrik yang tinggi.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 4 Outer Model

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan gambar 4.1, hasil analisis pada tahap pengujian *outer model* dalam penelitian ini menunjukkan beberapa temuan penting yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Realibilitas Indikator & Validitas Konstruk (Outer Loading & Convergent Validity, Discriminant Validity)

- Tahap pertama dalam evaluasi outer model adalah *indicator reliability*, yaitu menguji sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk laten. Kriteria utamanya adalah nilai outer loading minimal 0,708, karena nilai tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk. Meski demikian, indikator dengan nilai loading antara 0,4 hingga 0,7 masih dapat dipertahankan apabila memiliki landasan teori yang kuat dan tidak menurunkan reliabilitas konstruk secara keseluruhan. Dengan kata lain, evaluasi indikator harus dilakukan secara komprehensif, tidak hanya berdasarkan nilai statistik tetapi juga mempertimbangkan relevansi teoretis.
- Convergent validity* digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki keterkaitan yang kuat dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara konsisten. Dalam metode PLS-SEM pengujian validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai outer loading dan *average variant*

extracted (AVE). Indikator dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading factor di atas 0.7 dan nilai AVE minimal 0.5. Artinya sebagian besar varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur.

Tabel 12 Hasil Outer Loading dan Average Variance Extracted (AVE)

Indikator	<i>Functional Value</i>	<i>Environmental Concern</i>	<i>Government Policy</i>	<i>Purchase Intention</i>	<i>Attitude Toward Electric Vehicle</i>	AVE	Ket.
X1.1	0.867						Valid
X1.2	0.867						Valid
X1.3	0.861					0.752	Valid
X1.4	0.877						Valid
X1.5	0.865						Valid
X2.1		0.853					Valid
X2.2		0.880					Valid
X2.3		0.861				0.746	Valid
X2.4		0.886					Valid
X2.5		0.839					Valid
X3.1			0.832				Valid
X3.2			0.851				Valid
X3.3			0.828			0.709	Valid
X3.4			0.850				Valid
X3.5			0.850				Valid
Z.1					0.872		Valid
Z.2					0.853		Valid
Z.3					0.876	0.765	Valid
Z.4					0.888		Valid
Z.5					0.885		Valid
Y.1				0.919			Valid
Y.2				0.905			Valid
Y.3				0.911		0.830	Valid
Y.4				0.913			Valid
Y.5				0.908			Valid

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen, seluruh indikator memiliki nilai outer loading > 0,70 dan AVE > 0,50, sehingga seluruh konstruk dinyatakan valid. Variabel Purchase Intention memiliki nilai AVE tertinggi sebesar 0,830, diikuti attitude towards electric vehicle (0,765), functional value (0,752), environmental concern (0,746), dan government policy (0,709). Hasil ini menunjukkan bahwa model pengukuran telah memenuhi validitas konvergen dan layak dilanjutkan ke pengujian model struktural.

c. *Discriminant validity*

1) *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

Tabel 13 Hasil HTMT

Variabel	Functional Value	Environmental Concern	Government Policy	Purchase Intention	Attitude Toward Electric Vehicle
Functional Value					
Environmental Concern	0.655				
Government Policy	0.754	0.611			
Purchase Intention	0.787	0.725	0.775		
Attitude Toward Electric Vehicle	0.716	0.659	0.697	0.868	

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil HTMT, seluruh nilai antar konstruk berada di bawah batas 0,90, dengan nilai terendah pada hubungan environmental concern–government policy (0,611) dan nilai tertinggi pada hubungan attitude toward electric vehicle–purchase intention (0,868). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi validitas diskriminan, sehingga model pengukuran (outer model) dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan ke evaluasi model struktural (inner model).

2) *Cross Loading*

Tabel 14 Hasil Cross loading

Indikator	X1.	X2.	X3.	Y.	Z.
X1.1	0.867	0.545	0.556	0.605	0.559
X1.2	0.867	0.501	0.574	0.637	0.549
X1.3	0.861	0.542	0.588	0.639	0.588
X1.4	0.877	0.510	0.644	0.659	0.603
X1.5	0.865	0.505	0.606	0.645	0.561
X2.1	0.541	0.853	0.474	0.581	0.524
X2.2	0.535	0.880	0.485	0.556	0.511
X2.3	0.506	0.861	0.487	0.667	0.575
X2.4	0.519	0.886	0.459	0.556	0.531
X2.5	0.491	0.839	0.487	0.562	0.472
X3.1	0.597	0.514	0.832	0.595	0.539
X3.2	0.598	0.511	0.851	0.610	0.529
X3.3	0.525	0.426	0.828	0.588	0.511
X3.4	0.567	0.399	0.850	0.593	0.547
X3.5	0.597	0.482	0.850	0.626	0.546
Y.1	0.685	0.638	0.659	0.919	0.742
Y.2	0.648	0.642	0.638	0.905	0.722
Y.3	0.639	0.641	0.628	0.911	0.766
Y.4	0.698	0.624	0.675	0.913	0.787
Y.5	0.675	0.547	0.657	0.908	0.687
Z.1	0.525	0.559	0.514	0.742	0.872
Z.2	0.572	0.541	0.536	0.694	0.853
Z.3	0.604	0.532	0.555	0.686	0.876
Z.4	0.600	0.530	0.573	0.696	0.888
Z.5	0.585	0.495	0.598	0.742	0.885

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil cross loading, seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diwakilinya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu membedakan konstraknya dengan baik, sehingga seluruh variabel dalam penelitian telah memenuhi validitas diskriminan.

3) *Fornell-Lackeer Criterion*

Tabel 15 Fornell-Lackeer

Variabel	<i>Functional Value</i>	<i>Environmental Concern</i>	<i>Government Policy</i>	<i>Purchase Intention</i>	<i>Attitude Toward Electric Vehicle</i>
<i>Functional Value</i>	0.867				
<i>Environmental Concern</i>	0.600	0.864			
<i>Government Policy</i>	0.685	0.554	0.842		
<i>Purchase Intention</i>	0.735	0.680	0.715	0.911	
<i>Attitude Toward Electric Vehicle</i>	0.660	0.607	0.635	0.814	0.875

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil Fornell–Larcker Criterion, seluruh konstruk memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain, yaitu Functional Value (0,867), Environmental Concern (0,864), Government Policy (0,842), Purchase Intention (0,911), dan Attitude towards Electric Vehicle (0,875). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi validitas diskriminan, sehingga model pengukuran layak digunakan untuk pengujian model struktural.

1. *Uji Reliabilitas Konstruk (Composite Relability & Cronbach's Alpha)*

Tabel 16 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Functional Value</i>	0.918	0.938	0.752
<i>Environmental Concern</i>	0.915	0.936	0.746
<i>Government Policy</i>	0.898	0.924	0.709
<i>Purchase Intention</i>	0.949	0.961	0.830
<i>Attitude Toward Electric Vehicle</i>	0.923	0.942	0.765

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, yaitu Functional Value (0,918; 0,938), Environmental Concern (0,915; 0,936), Government Policy (0,898; 0,924), Purchase Intention (0,949; 0,961), dan Attitude towards Electric Vehicle (0,923; 0,942). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki reliabilitas yang baik, sehingga layak digunakan untuk pengujian model struktural (inner model).

4.2.2. Analisis Model Struktural (Inner Model)

1. Model Fit (SRMR)

Tabel 17 Hasil Uji Model Fit (SRMR)

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.044	0.044

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil model fit, nilai SRMR pada saturated model dan estimated model sebesar 0,044, yang berada di bawah batas 0,08. Hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki good fit dan mampu merepresentasikan data empiris dengan baik, sehingga layak digunakan untuk pengujian hubungan antarvariabel dan hipotesis penelitian.

2. Coefficient of Determination (R-Square)

Tabel 4. 18 Hasil Uji R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
<i>Purchase Intention</i>	0.773	0.770
<i>Attitude Toward Electric Vehicle</i>	0.542	0.537

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil R-Square, variabel *Purchase Intention* memiliki nilai 0,773 yang termasuk kategori kuat, sedangkan *Attitude toward Electric Vehicle* memiliki nilai 0,542 yang termasuk kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 77,3% variasi *Purchase Intention* dan 54,2% variasi *Attitude toward Electric Vehicle*. Dengan demikian, model struktural dinilai cukup representatif dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

3. f-Square

Tabel 19 Hasil Uji f-Square

Variabel	Functional Value	Environmental Concern	Government Policy	Purchase Intention	Attitude Toward Electric Vehicle
<i>Functional Value</i>				0.070	0.098
<i>Environmental Concern</i>				0.078	0.096
<i>Government Policy</i>				0.078	0.080
<i>Purchase Intention</i>					
<i>Attitude Toward Electric Vehicle</i>				0.414	

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan hasil f-Square, variabel functional value memiliki nilai 0,070 terhadap purchase intention dan 0,098 terhadap attitude toward electric vehicle, environmental concern sebesar 0,078 dan 0,096, serta government policy sebesar 0,078 dan 0,080, yang seluruhnya termasuk kategori pengaruh lemah. Sementara itu, attitude toward electric vehicle memiliki nilai f^2 sebesar 0,414 terhadap purchase intention, yang termasuk kategori pengaruh kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa attitude toward electric vehicle merupakan variabel yang paling besar kontribusinya dalam meningkatkan purchase intention.

4. Predictive Relevance Q^2

Tabel 20 Hasil Uji Q-Square

Variable	$Q^2_{predict}$
<i>Purchase Intention</i>	0.670
<i>Attitude Toward</i>	0.532

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Berdasarkan Tabel diatas diperoleh nilai $Q^2_{predict}$ untuk variabel *purchase intention* sebesar 0,670 dan variabel *attitude toward electric vehicle* sebesar 0,532. Kedua nilai tersebut berada di atas 0, sehingga menunjukkan bahwa model penelitian memiliki *predictive relevance* yang baik. Hasil ini mengindikasikan bahwa model yang dibangun tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian, tetapi juga memiliki kemampuan yang memadai dalam memprediksi nilai variabel endogen. Dengan demikian, model struktural yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan memiliki relevansi prediktif yang baik dan layak digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis serta interpretasi hasil penelitian.

4.2.3. Uji Hipotesis

Tabel 20 Hasil Uji Signifikansi Langsung

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket
FV -> AT	0.312	0.310	0.072	4.348	0.000	Diterima
EC -> AT	0.270	0.269	0.055	4.876	0.000	Diterima
GP -> AT	0.271	0.271	0.059	4.589	0.000	Diterima
AT -> PI	0.453	0.458	0.085	5.341	0.000	Diterima
FV -> PI	0.195	0.193	0.058	3.349	0.001	Diterima
EC -> PI	0.180	0.177	0.067	2.670	0.008	Diterima
GP -> PI	0.195	0.192	0.057	3.425	0.001	Diterima

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Mengacu pada hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4.21, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan hasil hipotesis, sebagai berikut:

- a) Hipotesis pertama (H1) diterima, menunjukkan bahwa functional value berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward electric vehicle dengan nilai koefisien jalur 0,312, t-statistics 4,348, dan p-values 0,000.
- b) Hipotesis kedua (H2) diterima, menunjukkan bahwa environmental concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward electric vehicle dengan nilai koefisien jalur 0,270, t-statistics 4,876, dan p-values 0,000.
- c) Hipotesis ketiga (H3) diterima, menunjukkan bahwa government policy berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward electric vehicle dengan nilai koefisien jalur 0,271, t-statistics 4,589, dan p-values 0,000.
- d) Hipotesis keempat (H4) diterima, menunjukkan bahwa attitude toward electric vehicle berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention dengan nilai koefisien jalur 0,453, t-statistics 5,341, dan p-values 0,000. Pengaruh ini merupakan yang terbesar dalam model penelitian.
- e) Hipotesis kelima (H5) diterima, menunjukkan bahwa functional value berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention dengan nilai koefisien jalur 0,195, t-statistics 3,349, dan p-values 0,001.
- f) Hipotesis keenam (H6) diterima, menunjukkan bahwa environmental concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention dengan nilai koefisien jalur 0,180, t-statistics 2,670, dan p-values 0,008.
- g) Hipotesis ketujuh (H7) diterima, menunjukkan bahwa government policy berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention dengan nilai koefisien jalur 0,195, t-statistics 3,425, dan p-values 0,001.

Tabel 21 Hasil Uji Signifikansi Tidak Langsung

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
FV -> AT -> PI	0.141	0.142	0.044	3.234	0.001
EC -> AT -> PI	0.122	0.124	0.037	3.334	0.001
GP -> AT -> PI	0.123	0.126	0.040	3.088	0.002

Sumber: Data diolah praktikan (2026)

Mengacu pada hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4.22, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan hasil hipotesis, sebagai berikut:

- h) Hipotesis kedelapan (H8) diterima, menunjukkan bahwa functional value berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention melalui attitude toward electric vehicle dengan nilai koefisien jalur 0,141, t-statistics 3,234, dan p-values 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa attitude toward electric vehicle mampu memediasi pengaruh functional value terhadap purchase intention.
- i) Hipotesis kesembilan (H9) diterima, menunjukkan bahwa environmental concern berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention melalui attitude toward electric vehicle dengan nilai koefisien jalur 0,122, t-statistics 3,334, dan p-values 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa attitude toward electric vehicle mampu memediasi pengaruh environmental concern terhadap purchase intention.
- j) Hipotesis kesepuluh (H10) diterima, menunjukkan bahwa government policy berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention melalui attitude toward electric vehicle dengan nilai koefisien jalur 0,123, t-statistics

3,088, dan p-values 0,002. Hasil ini menunjukkan bahwa attitude toward electric vehicle mampu memediasi pengaruh government policy terhadap purchase intention.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh functional value, environmental concern, dan government policy terhadap purchase intention kendaraan listrik dengan attitude toward electric vehicle sebagai variabel mediasi menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa functional value, environmental concern, dan government policy berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitude toward electric vehicle dan purchase intention. Selain itu, attitude toward electric vehicle juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention, sehingga sikap positif terhadap kendaraan listrik mampu meningkatkan minat pembelian masyarakat. Penelitian ini juga membuktikan bahwa attitude toward electric vehicle mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh functional value, environmental concern, dan government policy terhadap purchase intention. Dengan demikian, nilai fungsional kendaraan listrik, kepedulian lingkungan, dan dukungan kebijakan pemerintah merupakan faktor penting yang dapat membentuk sikap positif serta meningkatkan minat masyarakat untuk membeli kendaraan listrik.

Referensi

1. Ajzen, I. (1991). From attention to actions: A theory of planned behavior. Berlin and Heidelberg: Springer, 11-39.
2. Ahmed, S. K. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. In *Oral Oncology Reports* (Vol. 12). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
3. Apriliyanto, N., Gilang Kharisma Putra, & Kuwatno. (2024). Potential Purchasing Decision on Eco-friendly Products: A Study on Electric Motorcycle Consumers. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 11(1), 69–84. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v11i1.12428>
4. Aybek, E. C., & Toraman, C. (2022). How many response categories are sufficient for Likert type scales? An empirical study based on the Item Response Theory. *International Journal of Assessment Tools in Education*, 9(2), 534–547. <https://doi.org/10.21449/ijate.1132931>
5. Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Bekasi (Jiwa)*, 2022. Retrieved 12 6, 2025, from Badan Pusat Statistik: <https://bekasikab.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODE1IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-bekasi.html>
6. Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Depok (Jiwa)*, 2022. Retrieved 12 6, 2025, from Badan Pusat Statistik: <https://depokkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzQjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html>
7. Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi DKI Jakarta*, 2022. Retrieved 12 6, 2025, from Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta: <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-provinsi-dki-jakarta--2025.html?year=2022>
8. Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, BOGOR, Tahun 2022*. Retrieved 12 6, 2025, from Badan Pusat Statistik: <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/196/0>
9. Badan Pusat Statistik. (2022). *Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang*, 2022. Retrieved 12 6, 2025, from Badan Pusat Statistik: <https://tangerangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjAjMg==/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-tangerang.html>
10. Chang, L. (1994). A Psychometric Evaluation of 4-Point and 6-Point Likert-Type Scales in Relation to Reliability and Validity. *Applied Psychological Measurement*, 18(3), 205–215. <https://doi.org/10.1177/014662169401800302>
11. Chonsalasin, D., Champahom, T., Jomnonkwao, S., Karoonsoontawong, A., Runkawee, N., & Ratanavaraha, V. (2024). Exploring the Influence of Thai Government Policy Perceptions on Electric Vehicle Adoption: A Measurement Model and Empirical Analysis. *Smart Cities*, 7(4), 2258–2282. <https://doi.org/10.3390/smartcities7040089>
12. CRIF Asia. (2024). Electric vehicle industry: A key player in achieving the zero-emission program in Indonesia. Retrieved 10 21, 2025 CRIF Asia. <https://www.id.crifasia.com/resources/industry-insights/electric-vehicle-ev-industry-a-key-player-in-achieving-the-zero-emission-program-in-indonesia>
13. Damanik, N., Saraswani, R., Hakam, D. F., & Mentari, D. M. (2025). A Comprehensive Analysis of the Economic Implications, Challenges, and Opportunities of Electric Vehicle Adoption in Indonesia. *Energies*, 18(6). <https://doi.org/10.3390/en18061384>
14. Direktorat Jenderal Ketenagalistrikan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. (2025). *Sosialisasi Keputusan Menteri ESDM Nomor 24.K/TL.01/MEM.L/2025 tentang Rencana Pengembangan SPKLU Tahun 2025 s.d.2030*. https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/1e8cd-bahan-ditbinus.pdf
15. Duong, C. D. (2025). Balancing awareness and responsibility: Cognitive mechanisms shaping electric vehicle purchase intentions. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2025.101440>
16. Ebaidalla, E. M., Abusin, S., Malkawi, A. H., & Mandikiana, B. W. (2025). Exploring Youth's intentions to purchase electric and hybrid vehicles in Qatar: The role of moral norms and environmental concern. *Cleaner and Responsible Consumption*, 19, 100343. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2025.100343>

17. Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (third). Sage.
18. Hair, J., Page, M., Brunsveld, N., Merkle, A., & Cleton, N. (2023). *Essentials of Business Research Methods* (fifth). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003363569>
19. Hu, X., Yusof, R. N. R., & Mansor, Z. D. (2025). Consumers' Purchase Intentions Towards New Energy Vehicles Based on the Theory of Planned Behaviour on Perceived Value: An Empirical Survey of China. *World Electric Vehicle Journal*, 16(3). <https://doi.org/10.3390/wevj16030120>
20. Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A Structural Equation Test of the Value-Attitude-Behavior Hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 638–646. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.4.638>
21. IISD. (2024, March). Indonesian electric vehicle boom: A temporary trend or a long-term vision? Retrieved 10 21, 2025 International Institute for Sustainable Development. <https://www.iisd.org/articles/deep-dive/indonesian-electric-vehicle-boom-temporary-trend-or-long-term-vision>
22. Jiang, Y., Fu, Q., Thomopoulos, N., & Chen, J. L. (2025). Understanding the influence of past driving experience on electric vehicle purchase intention in China. *Transport Policy*, 162, 270–282. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2024.11.025>
23. Kankaraš, M., & Capecchi, S. (2025). Neither agree nor disagree: use and misuse of the neutral response category in Likert-type scales. *Metron*, 83(1), 111–140. <https://doi.org/10.1007/s40300-024-00276-5>
24. Lang, A. (2025). Adolescent voting competence: Can 14- to 17-year-olds vote as well as their parents? *Journal of Applied Developmental Psychology*, 101, 101883. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2025.101883>
25. Lazuardy, A., Nurcahyo, R., Kristiningrum, E., Ma'aram, A., Farizal, Aqmarina, S. N., & Rajabi, M. F. (2024). Technological, Environmental, Economic, and Regulation Barriers to Electric Vehicle Adoption: Evidence from Indonesia. *World Electric Vehicle Journal*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/wevj15090422>
26. Malik, M. A. I., Kalam, M. A., Ikram, A., Zeeshan, S., & Raza Zahidi, S. Q. (2025). Energy transition towards electric vehicle technology: Recent advancements. In *Energy Reports* (Vol. 13, pp. 2958–2996). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2025.02.029>
27. Messias, F., & Clara Wresti, M. (2025). *Gen-Z Purchase Intentions Towards Electric Vehicles*. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i3>
28. Mohd Noor, N. A., Muhammad, A., Isa, F. M., Shamsudin, M. F., & Abaidah, T. N. A. T. (2025). The Electric Vehicle (EV) Revolution: How Consumption Values, Consumer Attitudes, and Infrastructure Readiness Influence the Intention to Purchase Electric Vehicles in Malaysia. *World Electric Vehicle Journal*, 16(10), 556. <https://doi.org/10.3390/wevj16100556>
29. Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Pearson.
30. PwC Indonesia. (2024). Indonesia electric vehicle readiness and consumer insights 2024. Retrieved 10 21, 2025 PwC Indonesia. <https://www.pwc.com/id/en/pwc-publications/industries-publications/consumer-and-industrial-products-and-services/indonesia-electric-vehicle-survey-2024.html>
31. Rahman, R. A., White, B., & Ma, C. (2024). The effect of growth, deforestation, forest fires, and volcanoes on Indonesian regional air quality. *Journal of Cleaner Production*, 457. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.142311>
32. Reuters. (2024, February 21). Indonesia issues more tax incentives for EV sales. Retrieved 10 21, 2025 Reuters. <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/indonesia-issues-more-tax-incentives-ev-sales-2024-02-21>
33. Rptiono, S. (2022). The Effects of Consumption Value, Environmental Concerns, And Consumer Attitudes Towards Consumer Purchase Intentions of Electric Cars. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.1.23>
34. Saleh, H. N., Maupa, H., Cokki, & Sadat, A. M. (2025). *Journal of Applied Data Sciences*, 6(2), 1392–1412. <https://doi.org/10.47738/jads.v6i2.730>
35. Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
36. Sukma, A., Suroso, A. I., & Hermadi, I. (2023). The Effect of Environmental Concerns and Government Policies on The Intention to Buy Electric Car. *Business Review and Case Studies*, 4(1), 52. <https://doi.org/10.17358/brcs.4.1.52>
37. Suvittawat, A. (2024). Exploring the Relationship between Supply Chain Agility, Consumer and Electric Vehicle Characteristics, and Purchase Intentions in Thailand: A Structural Equation Modeling Approach. *World Electric Vehicle Journal*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/wevj15070294>
38. Steinberg, L., Cauffman, E., Woolard, J., Graham, S., & Banich, M. (2009). Are Adolescents Less Mature Than Adults? Minors' Access to Abortion, the Juvenile Death Penalty, and the Alleged APA "Flip-Flop." *American Psychologist*, 64(7), 583–594. <https://doi.org/10.1037/a0014763>
39. Wang, Z. X., Chee, W. M., Jantan, A. H. bin, Xia, Y. H., Xue, H., Ye, M. J., Zhang, Q., Wong, P. P. W., Gong, Y., & du, L. (2024). Impact of perceived value in virtual brand communities on purchase intention of domestic electric vehicles. *Acta Psychologica*, 248. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104371>
40. Widi Sasongko, T., Marlon Brando, R., Guntoro, I., Andarwati Kunharyanto, S., Rahman, A., Widiarto, A., Wahyu Dwi Putra, P., Rizki Ariyani, N., Komala Sari, C., & Amirullah Makmunyah Oktaufik, M. (2024). Analysis of Electric Vehicles Purchase Intentions as Sustainable Transportation in Indonesia: Implications for Government Policies. In *EVERGREEN Joint Journal of Novel Carbon Resource Sciences & Green Asia Strategy* (Vol. 11). <https://doi.org/https://doi.org/10.5109/7326928>
41. Xu, Y., Shan, X., Guo, M., Gao, W., & Lin, Y. S. (2024). Design and Application of Experience Management Tools from the Perspective of Customer Perceived Value: A Study on the Electric Vehicle Market. *World Electric Vehicle Journal*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/wevj15080378>

42. Yeğin, 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>
43. Yonathan, A. Z. (2025). *Jumlah Kendaraan Listrik di Indonesia Terus Naik*. Retrieved 10 12, 2025 Goodstats: <https://goodstats.id/article/jumlah-kendaraan-listrik-di-indonesia-terus-naik-jhAci>