

Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Kendaraan Listrik di Indonesia Dalam Perspektif TAM dan Persepsi Risiko = Factors that Influence Intention to Purchase Electric Vehicles in Indonesia from the TAM and Risk Perception Perspective

Agung Arry Susanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549416&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli kendaraan listrik (EV) di Indonesia, mengingat rendahnya tingkat pembelian EV saat ini. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan survei terhadap 957 calon pengguna EV, penelitian ini menguji hubungan antara variabel-variabel seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, risiko yang dirasakan, pengetahuan tentang EV, keterlibatan publik, dan niat beli, serta antecedents dari variabel-variabel tersebut. Data diolah menggunakan metode SEMPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap manfaat EV tidak secara otomatis meningkatkan niat beli, dan persepsi risiko juga tidak berpengaruh langsung terhadap niat beli. Temuan ini mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang menghambat niat beli EV di Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi literatur tentang adopsi EV, terutama dalam konteks Indonesia, dan menawarkan implikasi praktis bagi produsen, pemasar, dan pembuat kebijakan EV. Selain itu, penelitian ini juga memiliki nilai orisinalitas karena mengidentifikasi variabel-variabel penting yang sebelumnya diabaikan dalam penelitian-penelitian terdahulu.

.....This study aims to analyze the factors influencing the intention to purchase electric vehicles (EVs) in Indonesia, considering the current low purchase rate of EVs. Utilizing quantitative methods and a survey of 957 potential EV users, this research examines the relationships between variables such as perceived ease of use, perceived benefits, perceived risks, EV knowledge, public involvement, and purchase intention, as well as the antecedents of these variables. Data were processed using the SEMPLS method. The findings show that a positive perception of EV benefits does not automatically increase purchase intention, and perceived risks do not directly affect purchase intention. These findings suggest the presence of other factors inhibiting EV purchase intentions in Indonesia. This study makes a significant contribution to the EV adoption literature, especially in Indonesia, and offers practical implications for EV manufacturers, marketers, and policymakers. Additionally, this research has originality value as it identifies essential variables previously overlooked in earlier studies.