

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen Terhadap Mobil Listrik: Studi Kasus Di Jabodetabek = Analyzing Factors Influencing Consumer Purchase Intention Towards Electric Cars: A Case Study in Greater Jakarta

Anissa Clarita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549991&lokasi=lokal>

Abstrak

Permintaan terhadap mobil listrik telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, namun masih mewakili sebagian kecil dari total kendaraan baru yang terjual secara global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen terhadap mobil listrik di wilayah Jabodetabek. Dengan menggunakan metode survei, data dikumpulkan dari individu-individu yang dinilai mampu membeli mobil listrik, baik melalui skema cicilan maupun pembayaran tunai, dan dianalisis menggunakan model persamaan struktural partial least squares (PLS-SEM) untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif pemerintah, kemudahan akses infrastruktur pengisian daya, persepsi nilai jual kembali, diversifikasi produk, pengaruh sosial, kepedulian lingkungan, dan sikap konsumen secara signifikan dan positif mempengaruhi niat pembelian terhadap mobil listrik. Namun, persepsi terhadap harga pembelian tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa inisiatif strategis dari pembuat kebijakan dan produsen, seperti insentif pemerintah yang berkelanjutan, perluasan infrastruktur pengisian daya, dan strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan pengaruh sosial dan manfaat lingkungan, sangat penting untuk mempromosikan adopsi mobil listrik di Jabodetabek. Penelitian ini memberikan wawasan berharga untuk memahami perilaku konsumen terhadap mobil listrik di pasar berkembang dan menawarkan informasi berguna untuk meningkatkan penetrasi pasar.

.....The demand for electric cars has significantly increased in recent years, but it represents only a small fraction of the total new vehicles sold globally. This study aims to analyze the factors influencing consumer purchase intentions towards electric cars in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). Using a survey method, data were collected from individuals who are considered capable of purchasing electric cars, either through installment plans or cash payments, and analyzed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) to test the research hypotheses. The results indicate that government incentives, ease of access to charging infrastructure, perception of resale value, product diversification, social influence, environmental concern, and consumer attitudes significantly and positively influence purchase intentions towards electric cars. However, the perception of purchase price did not show a significant effect. The findings suggest that strategic initiatives by policymakers and manufacturers, such as continuous government incentives, expansion of charging infrastructure, and effective marketing strategies leveraging social influence and environmental benefits, are crucial for promoting electric car adoption in Jabodetabek. This study provides valuable insights for understanding consumer behavior towards electric cars in emerging markets and offers useful information for enhancing market penetration.