

Pengaruh Kualitas Produk, Karakteristik Konsumen, Konteks Adopsi, Dan Persepsi Terhadap Penerimaan Mobil Listrik di Indonesia = The Influence of Product Quality, Consumer Characteristics, Adoption Context, and Perception on Electric Car Acceptance in Indonesia

Ardhy Lazuardy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920573201&lokasi=lokal>

Abstrak

Perubahan iklim global dan krisis energi telah mendorong banyak negara, termasuk Indonesia, untuk mempercepat transisi menuju kendaraan listrik (EV) sebagai solusi transportasi berkelanjutan. Namun, adopsi EV di Indonesia tetap relatif rendah karena berbagai hambatan teknis, ekonomi, dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, karakteristik konsumen, konteks adopsi, dan persepsi terhadap penerimaan kendaraan listrik di Indonesia dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data dikumpulkan melalui survei terhadap 181 responden dari berbagai daerah, mewakili konsumen EV potensial. Hasilnya menunjukkan bahwa karakteristik konsumen, konteks adopsi, dan persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan EV, sedangkan kualitas produk tidak menunjukkan efek yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen Indonesia lebih dipengaruhi oleh insentif pemerintah, ketersediaan infrastruktur pengisian daya, serta manfaat dan risiko yang dirasakan dari EV daripada oleh atribut teknis seperti kinerja, fitur, dan keandalan. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang model adopsi teknologi di negara berkembang dengan menyoroti relevansi dimensi kualitas produk yang terbatas dalam adopsi tahap awal. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pembuat kebijakan dan industri otomotif untuk fokus pada pemberdayaan konsumen, pembangunan infrastruktur, pendidikan publik, dan insentif fiskal untuk meningkatkan penetrasi pasar EV di Indonesia dan mendukung target nasional Net Zero Emission pada tahun 2060.

.....Global climate change and the energy crisis have prompted many countries, including Indonesia, to accelerate the transition toward electric vehicles (EVs) as a sustainable transportation solution. However, EV adoption in Indonesia remains relatively low due to various technical, economic, and social barriers. This study aims to analyze the influence of product quality, consumer characteristics, adoption context, and perception on the acceptance of electric vehicles in Indonesia using a quantitative approach through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data were collected through a survey of 181 respondents from various regions, representing potential EV consumers. The results indicate that consumer characteristics, adoption context, and perception have a significant influence on EV acceptance, while product quality does not show a significant effect. These findings suggest that Indonesian consumers are more influenced by government incentives, the availability of charging infrastructure, and perceived benefits and risks of EVs than by technical attributes such as performance, features, and reliability. Theoretically, this study expands the understanding of technology adoption models in developing countries by highlighting the limited relevance of product quality dimensions in early-stage adoption. Practically, the findings provide strategic implications for policymakers and the automotive industry to focus on consumer empowerment, infrastructure development, public education, and fiscal incentives to enhance EV market penetration in Indonesia and support the national target of Net Zero Emissions by 2060.