

ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN PERILAKU TERHADAP MINAT ADOPTI MOBIL LISTRIK DI INDONESIA DENGAN MODEL SEM-PLS

MUHAMMAD IKHSAN HIDAYATULLAH



**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor Psikologis dan Perilaku Terhadap Minat Adopsi Mobil Listrik di Indonesia Dengan Model SEM-PLS” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, April 2025

Muhammad Ikhsan Hidayatullah
K1501231086

*Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerjasama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerjasama yang terkait



RINGKASAN

MUHAMMAD IKHSAN HIDAYATULLAH. Analisis Pengaruh Faktor Psikologis dan Perilaku Terhadap Minat Adopsi Mobil Listrik di Indonesia Dengan Model SEM-PLS. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan SUHENDI.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh karakteristik demografis konsumen terhadap minat beli mobil listrik, (2) menganalisis faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap mobil listrik, dan (3) menyusun strategi yang sesuai untuk meningkatkan minat konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia. Sebagai negara yang menduduki posisi kedua dalam penguasaan pasar mobil listrik di Asia Tenggara dengan market share 25,2 persen. Pemerintah Indonesia memiliki target ambisius untuk mempercepat adopsi mobil listrik melalui regulasi dan insentif investasi. Namun, meskipun penjualan meningkat, tingkat adopsi mobil listrik masih sangat rendah, hanya mencapai 0,1 persen dari total kendaraan yang beredar, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi tersebut.

Penelitian ini menggabungkan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobil listrik. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan survei daring yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data dikumpulkan dari 230 responden yang merupakan warga negara Indonesia dengan KTP yang valid. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) guna mengidentifikasi hubungan antar variabel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini mencakup kebiasaan, motivasi hedonis, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, harga, dan kekhawatiran lingkungan, sedangkan minat beli dijadikan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik demografis seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan memiliki hubungan yang signifikan dengan minat beli mobil listrik. Selain itu, hanya dua faktor yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, yaitu kebiasaan dan motivasi hedonis.

Implikasi manajerial dari penelitian ini menekankan pentingnya strategi pemasaran yang berfokus pada desain futuristik dan fitur canggih untuk meningkatkan daya tarik mobil listrik. Selain itu, strategi prelaunch berbasis konten premium yang memanfaatkan media digital seperti YouTube sebagai saluran utama dinilai efektif dalam meningkatkan minat konsumen terhadap mobil listrik di Indonesia. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pemangku kepentingan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih optimal guna mendorong adopsi mobil listrik di masa depan.

Kata kunci: Kebiasaan, Minat Beli, Mobil Listrik, Motivasi Hedonis, SEM-PLS

SUMMARY

MUHAMMAD IKHSAN HIDAYATULLAH. *Analysis of the Influence of Psychological and Behavioral Factors on the Intention to Adopt Electric Vehicles in Indonesia Using the SEM-PLS Model*. Supervised by UJANG SUMARWAN and SUHENDI.

This study aims to (1) analyze the influence of consumers' demographic characteristics on their purchase intention for electric vehicles, (2) examine the factors affecting consumer interest in electric vehicles, and (3) develop appropriate strategies to enhance consumer interest in electric vehicles in Indonesia. As the country ranking second in electric vehicle market share in Southeast Asia, with a market share of 25.2 percent, the Indonesian government has set ambitious targets to accelerate electric vehicle adoption through regulations and investment incentives. However, despite increasing sales, the adoption rate remains remarkably low, reaching only 0.1 percent of the total vehicles in circulation. Therefore, it is crucial to analyze the factors influencing this adoption.

This study integrates the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) and the Theory of Planned Behavior (TPB) to understand the determinants of electric vehicle adoption. The research employs a quantitative approach through an online survey, with data collected from 230 respondents who are Indonesian citizens with valid identification cards. The data analysis technique utilized Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) to identify relationships between research variables. The independent variables in this study include habit, hedonic motivation, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, price, and environmental concern, while purchase intention serves as the dependent variable.

The findings indicate that demographic characteristics such as age, gender, occupation, and income significantly correlate with electric vehicle purchase intention. However, only habit and hedonic motivation were found to have a significant influence on purchase intention. The managerial implications of this study highlight the importance of marketing strategies that emphasize futuristic designs and advanced features to enhance the appeal of electric vehicles. Additionally, a prelaunch strategy featuring premium content and leveraging digital media platforms such as YouTube as the primary marketing channel is considered an effective approach to increasing consumer interest in electric vehicles in Indonesia. Therefore, the findings of this study serve as a valuable reference for stakeholders in formulating more effective marketing strategies to promote the adoption of electric vehicles in the future.

Keywords: Electric Vehicles, Habit, Hedonic Motivation, Purchase Intention, SEM-PLS



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta Milik IPB Tahun 2025
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB

ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN PERILAKU TERHADAP MINAT ADOPSI MOBIL LISTRIK DI INDONESIA DENGAN MODEL SEM-PLS

MUHAMMAD IKHSAN HIDAYATULLAH

Tesis
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis

- 1. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.**
- 2. Dr. Nur Hasanah, S.Kom, M.Eng**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tesis : Analisis Pengaruh Faktor Psikologis dan Perilaku Terhadap Minat Adopsi Mobil Listrik di Indonesia Dengan Model SEM-PLS

Nama : Muhammad Ikhsan Hidayatullah
NIM : K1501231086

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.



Pembimbing 2:
Dr. Suhendi, S.P. M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016



Tanggal Ujian: 13 Maret 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahuwata'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh Faktor Psikologis dan Perilaku Terhadap Minat Adopsi Mobil Listrik di Indonesia Dengan Model SEM-PLS.

Dalam penulisan karya ilmiah ini banyak kesulitan yang ditemui, namun berkat bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mohamad Taufiq dan Ibu Endah Tresnasih selaku orang tua, serta Hanny Amalia selaku kakak penulis yang telah memberikan semangat, dukungan moral, dan inspirasi kepada penulis.
2. Bapak Prof Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc. dan Bapak Dr. Suhendi, S.P, M.M. selaku komisi pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Teman-teman mahasiswa angkatan E85 yang telah memberikan semangat, kebersamaan, dan dukungan selama masa perkuliahan serta proses penyusunan karya ilmiah ini.

Bogor, April 2025

Muhammad Ikhsan Hidayatullah

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Minat Beli	8
2.2 <i>Unifief Theory of Acceptance and Usage of Technology 2</i>	8
2.3 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2.4 Mobil Listrik	12
2.5 Adopsi	13
2.6 Model Minat Terhadap Mobil Listrik	13
2.7 Penelitian Terdahulu	16
2.8 Hipotesis Penelitian	18
2.9 Kerangka Pemikiran	22
III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Waktu	24
3.2 Jenis dan Sumber Data	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4 Metode Penarikan Sampel	25
3.5 Variabel Operasional	25
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Karakteristik Responden	33
4.2 Pengaruh Karakteristik Demografis Terhadap Minat Beli	35
4.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Minat	40
4.4 Analisis Deskriptif Variabel	44
4.5 Analisis <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i>	55
4.6 Implikasi Manajerial	66
V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	80
RIWAYAT HIDUP	87

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	16
2	Variabel operasional penelitian	26
3	Skala likert dan penjelasan	29
4	Karakteristik responden	33
5	Hasil uji model fit	35
6	Hipotesis kelayakan model	36
7	Hasil uji kelayakan model	36
8	Hipotesis kelayakan model	36
9	Hasil uji parsial	37
10	Karakteristik minat berdasarkan generasi	41
11	Karakteristik minat laki laki terhadap mobil listrik	41
12	Persentase minat suatu pekerjaan terhadap mobil listrik	42
13	Alasan konsumen belum tertarik membeli mobil listrik	43
14	Kriteria analisis deskriptif	44
15	Penilaian variabel <i>performance expectancy</i>	45
16	Penilaian variabel <i>effort expectancy</i>	46
17	Penilaian variabel <i>social influence</i>	47
18	Penilaian variabel <i>facilitating conditions</i>	48
19	Penilaian variabel <i>hedonic motivation</i>	49
20	Penilaian variabel <i>price value</i>	50
21	Penilaian variabel <i>habit</i>	51
22	Penilaian variabel <i>attitude towards behavior</i>	51
23	Penilaian variabel <i>perceived behavioral control</i>	53
24	Penilaian variabel <i>behavior intention</i>	54
25	Penilaian variabel <i>use behavior</i>	54
26	Nilai <i>Average Variance Extraced</i>	57
27	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Rho-A</i> , dan <i>Composite Reliability</i>	58
28	Hasil uji <i>r-square</i>	59
29	Hasil analisis <i>direct effect</i>	62
30	Hasil analisis <i>indirect effect</i>	64
31	Strategi <i>stakeholder</i>	66

DAFTAR GAMBAR

1	Visualisasi penyumbang emisi gas rumah kaca	1
2	Visualisasi perbandingan emisi CO ₂ menurut EEA 2024	2
3	<i>Market share</i> mobil listrik di Asia Tenggara pada Q3 tahun 2023	4
4	Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	9
5	Model <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	11
6	Model minat terhadap mobil listrik	15
7	Kerangka pemikiran operasional	23
8	Kerangka SEM	32
9	Nilai <i>outer loading</i> dalam pengujian <i>convergent validity</i> pertama	56
10	Hasil teknik <i>bootstraping</i>	61



DAFTAR LAMPIRAN

1	Pertanyaan profil responden	81
2	Pertanyaan terbuka	83
3	Pertanyaan SEM PLS	84



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.