

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PURCHASING
BEHAVIOUR PEMBELI MOBIL LISTRIK**

Skripsi



Dapat daftar ujian TA Skripsi, 9
Maret 2026

Disusun Oleh:

Ahmad Dimas Krisnawan

21311540

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS
ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2026

**PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PURCHASING BEHAVIOUR
PEMBELI MOBIL LISTRIK**

Tugas Akhir Skripsi

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana
Strata-1 di Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Nama: Ahmad Dimas Krisnawan

NIM: 21311540

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Dimas Krisnawan
NIM : 21311540
Fakultas : Bisnis dan Ekonomika
Program studi : Manajemen
Bidang konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di institusi manapun, Adapun seluruh kutipan maupun pendapat dari pihak lain telah saya cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti bahwa terdapat unsur plagiarisme dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak mana pun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 Maret 2026



Ahmad Dimas Krisnawan

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Pengaruh Green Marketing Terhadap Purchasing Behaviour Pembeli Mobil Listrik

Nama : Ahmad Dimas Krisnawan
NIM : 21311540
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 7 Maret 2026
Disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing

Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D.

PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PURCHASING BEHAVIOUR PEMBELI MOBIL LISTRIK

Ahmad Dimas Krisnawan

NIM 21311540

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *environmental concern* terhadap *intention to adopt sustainable electric vehicle* dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperluas melalui integrasi variabel *environmental concern*. Meningkatnya isu perubahan iklim dan emisi karbon dari sektor transportasi mendorong perlunya adopsi kendaraan yang lebih ramah lingkungan, seperti mobil listrik. Dalam konteks ini, faktor psikologis dan sosial konsumen menjadi penting untuk memahami niat adopsi kendaraan listrik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring kepada 300 responden di Indonesia yang memiliki pengetahuan dan minat terhadap penggunaan mobil listrik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *subjective norm*, *attitude*, *perceived behavioral control*, serta secara langsung terhadap *intention to adopt sustainable electric vehicle*. Selain itu, *subjective norm*, *attitude*, dan *perceived behavioral control* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt sustainable electric vehicle*. Temuan ini menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan, sikap positif terhadap kendaraan listrik, dukungan sosial, serta persepsi kemampuan dalam menggunakan teknologi tersebut merupakan faktor penting dalam meningkatkan niat masyarakat untuk mengadopsi kendaraan listrik. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan otomotif dan pemerintah perlu meningkatkan edukasi lingkungan, memperkuat komunikasi pemasaran yang menekankan manfaat lingkungan dari kendaraan listrik, serta menyediakan infrastruktur dan kebijakan pendukung guna mendorong percepatan adopsi kendaraan listrik di Indonesia.

Kata kunci: *environmental concern, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, intention to adopt sustainable electric vehicle*

PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP PURCHASING BEHAVIOUR PEMBELI MOBIL LISTRIK

Ahmad Dimas Krisnawan

NIM 21311540

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of environmental concern on the intention to adopt sustainable electric vehicles using an extended Theory of Planned Behavior (TPB) framework by integrating the environmental concern variable. The increasing concerns about climate change and carbon emissions from the transportation sector have highlighted the need for environmentally friendly transportation solutions, such as electric vehicles. In this context, psychological and social factors play an important role in understanding consumers' intention to adopt electric vehicles. This research employs a quantitative approach with a causal research design. Data were collected through an online questionnaire distributed to 300 respondents in Indonesia who have knowledge and interest in electric vehicles. The sampling technique used was purposive sampling, and the data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The results indicate that environmental concern has a positive and significant effect on subjective norm, attitude, perceived behavioral control, and directly on the intention to adopt sustainable electric vehicles. Furthermore, subjective norm, attitude, and perceived behavioral control also have positive and significant effects on the intention to adopt sustainable electric vehicles. These findings suggest that environmental awareness, positive attitudes toward electric vehicles, social influence, and perceived capability to use the technology are important factors in increasing individuals' intention to adopt electric vehicles. The practical implications highlight that automotive companies and policymakers should enhance environmental awareness, strengthen marketing communication emphasizing the environmental benefits of electric vehicles, and provide adequate infrastructure and supportive policies to accelerate electric vehicle adoption in Indonesia.

Keywords: *environmental concern, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, intention to adopt sustainable electric vehicle*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Green Markting Terhadap Purchasing Behaviour Pembeli Mobil Listrik”. Tugas akhir ini yang sudah disusun sebagai syarat untuk memenuhi gelar Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, arahan, dan peran berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Sunarto dan Ibu Sri Suyahmi, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang tanpa syarat, doa yang tiada henti, serta dukungan moral maupun material. Karya ini adalah persembahan kecil atas segala pengorbanan Bapak dan Ibu.
2. Adik Nur Azizah Najwa Putri, yang selalu memberikan keceriaan dan semangat tambahan bagi saya untuk segera menyelesaikan tanggung jawab ini.
3. Bapak Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, serta bimbingan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan.
4. Seluruh Dosen dan Staf Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia, yang telah membekali saya dengan ilmu pengetahuan yang sangat membantu selama masa perkuliahan di kampus tercinta.
5. Teman-teman dan Sahabat di Yogyakarta, terima kasih telah menjadi bagian penting dari perjalanan hidup saya. Kehadiran kalian sebagai teman diskusi,

berbagi tawa, dan pemberi semangat selama saya menempuh studi di Yogyakarta sangatlah berarti.

6. Terakhir, untuk saya sendiri, Ahmad Dimas Krisnawan, terima kasih sudah mau berjuang, tetap bertahan di masa sulit, dan tidak menyerah hingga sampai di titik ini.

Sebagai penutup, penulis memohon doa semoga Allah SWT melimpahkan balasan kebaikan yang berlipat ganda atas ketulusan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi penulis maupun pembaca luas. Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 7 Maret 2026
Penulis

Ahmad Dimas Krisnawan
NIM. 21311540

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1	..1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian	7
1. Bagi Peneliti/Akademisi:	7
2. Bagi Industri/Pelaku Usaha:	7
BAB II	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	8
2.1.2 <i>Attitude</i>	11
2.1.3 <i>Subjective Norm</i>	11
2.1.4 <i>Perceived Behavioral Control</i>	12
2.1.5 <i>Environmental Concern</i>	13
2.1.6 <i>Intention to adopt sustainable electric vehicle</i>	14
2.2 Pengembangan Hipotesis	15
2.2.1 <i>Environmental Concern</i> dan <i>Subjective Norm</i>	15
2.2.2 <i>Subjective Norm</i> dan <i>Intention to Adopt Sustainable EV</i>	16
2.2.3 <i>Environmental Concern</i> dan <i>Attitude</i>	17
2.2.4 <i>Attitude</i> dan <i>Intention to Adopt Sustainable EV</i>	17
2.2.5 <i>Environmental Concern</i> dan <i>Perceived Behavioral Control</i>	18
2.2.6 <i>Perceived Behavioral Control</i> dan <i>Intention to Adopt Sustainable EV</i>	18

2.2.7 <i>Environmental Concern</i> dan <i>Intention to adopt sustainable EV</i>	19
2.3 Kerangka Penelitian	19
BAB III	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.3.1 <i>Attitude</i>	25
3.3.2 <i>Subjective Norm</i>	26
3.3.3 <i>Perceived Behavioral Control</i>	26
3.3.4 <i>Environmental Concern</i>	27
3.3.5 <i>Intention to Adopt Sustainable EV</i>	28
3.2 Pilot Test	29
3.2.1 Uji Validitas Pilot	29
3.2.2 Uji Reliabilitas Pilot	31
3.3 Teknik Analisis Data	32
3.3.1 Analisis Deskriptif	32
3.3.2 Analisis Statistik Inferensial	33
3.3.2.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	34
3.3.2.2 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	37
BAB IV	42
4.1 Hasil	42
4.1.1 Profil Responden	42
4.1.2 Deskriptif Variabel	47
4.1.2.1 Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	48
4.1.2.2 Deskriptif Variabel <i>Subjective norm</i>	49
4.1.2.3 Deskriptif Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	50
4.1.2.4 Deskriptif Variabel <i>Environmental concern</i>	50
4.1.2.5 Deskriptif Variabel <i>Intention to adopt sustainable EV</i>	51
4.1.3 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
4.1.3.1 Uji Validitas	53
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	63
4.1.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.1.4.1 Uji Kolinearitas	67

4.1.4.2 Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	69
4.1.4.3 Relevansi Prediktif (<i>Q-Square</i>)	71
4.1.4.4 Koefisiensi Jalur (Pengujian Hipotesis)	73
4.2 Pembahasan	76
4.2.1 Pengaruh environmental concern terhadap subjective norm	76
4.2.2 Pengaruh subjective norm terhadap intention to adopt sustainable EV	78
4.2.3 Pengaruh environmental concern terhadap attitude	79
4.2.4 Pengaruh attitude terhadap intention to adopt sustainable EV	80
4.2.5 Pengaruh environmental concern terhadap perceived behavioral control	81
4.2.6 Pengaruh perceived behavioral control intention to adopt sustainable EV	82
4.2.7 Pengaruh environmental concern terhadap intention to adopt sustainable EV..	83
BAB V	84
5.1 Kesimpulan	84
5. 2 Implikasi Manajerial	86
5.2.1 Manfaat Teoritis	87
5.2.2 Manfaat Praktis	87
5.3 Keterbatasan	88
5.4 <i>Future Riset</i>	89
Daftar Pustaka	91

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Pengukuran <i>attitude</i>	25
Tabel 3.2 Indikator <i>subjective norm</i>	26
Tabel 3.3 Indikator <i>Perceived Behavioral Control</i>	27
Tabel 3.4 Indikator <i>Environmental Concern</i>	28
Tabel 3.5 Indikator <i>Intention to adopt sustainable electric vehicle</i>	28
Tabel 3.6 Uji Validitas Pilot	30
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Pilot	31
Tabel 3.8 Kriteria Uji Kolinearitas	38
Tabel 3.9 Kriteria Uji R-Square menurut Chin W (1998).	39
Tabel 4.1 Kriteria Responden	44
Tabel 4.2 Skala Deskriptif Variabel	48
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	49
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel <i>Subjective norm</i>	49
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	50
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Environmental concern</i>	51
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>Intention to adopt sustainable electric vehicle</i>	51
Tabel 4.8 Outer Loading	55
Tabel 4.9 Average Variance Extracted	57
Tabel 4.10 Fornell-Larcker Criterion	59
Tabel 4.11 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	64
Tabel 4.12 Uji Nilai VIF	68
Tabel 4.13 Hasil R-Square	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Q-Square	72
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Jalur	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4.1 Model Pengukuran Outer.	54
Gambar 4.2 Bootstrapping Uji Model Struktural.	74

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu lingkungan global kini menjadi perhatian utama dalam berbagai sektor kehidupan, terutama akibat meningkatnya dampak perubahan iklim yang mengancam keberlanjutan bumi. Perubahan iklim yang ditandai dengan naiknya suhu global, mencairnya es kutub, dan meningkatnya frekuensi bencana alam sebagian besar disebabkan oleh akumulasi gas rumah kaca, khususnya karbon dioksida (CO₂), di atmosfer. Laporan Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) menunjukkan bahwa emisi CO₂ yang tidak terkendali akan mempercepat krisis iklim dan berdampak luas pada ekosistem, ekonomi, serta kesehatan manusia (IPCC, 2021). Oleh karena itu, upaya untuk mengurangi emisi CO₂ secara global menjadi agenda mendesak yang melibatkan negara, industri, hingga individu.

Salah satu sektor penyumbang emisi CO₂ terbesar adalah sektor transportasi. Menurut data dari International Energy Agency (IEA), transportasi menyumbang sekitar 24% dari total emisi karbon global, dan sebagian besar berasal dari kendaraan bermotor berbahan bakar fosil seperti bensin dan diesel (IEA, 2020). Kendaraan pribadi menjadi kontributor utama karena populasinya yang terus meningkat, terutama di kawasan urban. Oleh karena itu, transformasi menuju sistem transportasi yang lebih ramah

lingkungan, seperti penggunaan mobil listrik, menjadi salah satu solusi strategis untuk menurunkan emisi dan mendorong transisi menuju ekonomi hijau. Inisiatif ini tidak hanya menuntut perubahan teknologi, tetapi juga perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap produk-produk yang berwawasan lingkungan.

Sebagai respons terhadap tingginya emisi dari kendaraan konvensional, mobil listrik mulai dipromosikan secara luas sebagai solusi transportasi yang lebih ramah lingkungan. Mobil listrik tidak menghasilkan emisi gas buang selama pengoperasian, sehingga dapat secara signifikan mengurangi polusi udara dan emisi karbon di daerah perkotaan jika didukung oleh sistem pembangkit listrik yang bersih (Hawkins et al., 2013). Selain itu, kendaraan listrik juga menawarkan efisiensi energi yang lebih tinggi dibandingkan kendaraan berbahan bakar fosil, dengan tingkat konversi energi yang mencapai 60–70% dari sumber daya listrik menjadi tenaga gerak (U.S. Department of Energy, 2020). Seiring berkembangnya teknologi baterai dan meningkatnya dukungan pemerintah melalui insentif dan regulasi, mobil listrik dipandang sebagai bagian penting dari strategi dekarbonisasi sektor transportasi global.

Dalam beberapa dekade terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam kesadaran konsumen terhadap isu-isu lingkungan, yang mendorong perubahan preferensi mereka terhadap produk-produk yang lebih ramah lingkungan. Konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional dan harga,

tetapi juga dampak lingkungan dari produk yang mereka beli (Joshi & Rahman, 2015). Fenomena ini tercermin dalam meningkatnya permintaan terhadap produk hijau, termasuk kendaraan listrik, produk daur ulang, dan barang dengan label eco-friendly. Konsumen yang memiliki nilai lingkungan tinggi cenderung menunjukkan perilaku pembelian yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan, bahkan bersedia membayar lebih untuk produk yang sejalan dengan nilai keberlanjutan (Nguyen et al., 2019). Kesadaran ini telah menjadi kekuatan pasar yang signifikan, mendorong perusahaan untuk menyesuaikan strategi mereka dengan prinsip-prinsip keberlanjutan agar tetap relevan di mata konsumen modern.

Green marketing merupakan strategi pemasaran yang menekankan pada nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan, dengan tujuan menarik konsumen yang semakin peduli terhadap isu ekologis. Strategi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari desain produk ramah lingkungan, penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang, hingga promosi yang menyoroti komitmen perusahaan terhadap pelestarian lingkungan (Polonsky, 1994). Dalam konteks kendaraan listrik, green marketing memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sekaligus memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek yang dianggap bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Leonidou et al., 2011). Dengan meningkatnya permintaan akan produk hijau, perusahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam strategi pemasaran mereka memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau segmen pasar yang

sadar lingkungan dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Memahami bagaimana green marketing mempengaruhi perilaku pembelian konsumen mobil listrik menjadi krusial bagi perusahaan yang ingin sukses di pasar yang semakin berorientasi pada keberlanjutan. Perilaku pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh nilai-nilai etis dan lingkungan yang mereka anut (Rahbar & Wahid, 2011). Dalam konteks ini, strategi green marketing yang efektif dapat memperkuat persepsi positif konsumen terhadap mobil listrik, meningkatkan niat beli, serta mempercepat adopsi kendaraan ramah lingkungan di masyarakat (Nguyen et al., 2017). Jika perusahaan mampu menyampaikan pesan lingkungan yang kredibel dan relevan, konsumen cenderung lebih percaya dan terdorong untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, analisis mendalam mengenai pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian menjadi penting untuk merancang pendekatan yang tepat sasaran dan berdampak nyata.

Adopsi mobil listrik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan meskipun masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan teknis. Pada tahun 2023, data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) mencatat sebanyak 69.763 unit kendaraan listrik (EV) terdistribusi dari pabrik ke dealer, meningkat sekitar 237,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Kontribusi terbesar berasal dari Battery Electric Vehicle (BEV), khususnya model seperti Hyundai Ioniq 5 dan Wuling Air EV yang

menyumbang sekitar 17.058 unit. Hyundai Ioniq 5 bahkan menjadi mobil listrik terlaris di tahun tersebut, dengan penjualan lebih dari 7.000 unit. Produksi mobil listrik dalam negeri pun mulai berjalan sejak tahun 2022 melalui pabrik Hyundai di Cikarang, yang tidak hanya merakit Ioniq 5, tetapi juga memperkenalkan Kona Electric sebagai model rakitan lokal sejak pertengahan 2024 (Gaikindo, 2023).

Meski demikian, laju adopsi kendaraan listrik di Indonesia dinilai masih lebih lambat dibandingkan tren global. Survei yang dilakukan oleh PwC Indonesia (2023) menunjukkan bahwa kekhawatiran utama konsumen terletak pada keterbatasan infrastruktur pengisian daya (63%), biaya perawatan jangka panjang seperti penggantian baterai (87%), serta harga jual kendaraan yang relatif tinggi. Infrastruktur pengisian publik yang belum merata, terutama di wilayah non-perkotaan, serta belum adanya standar konektor yang seragam, turut memperlambat penetrasi pasar kendaraan listrik. Hambatan-hambatan ini menandakan bahwa meskipun minat konsumen mulai tumbuh, keberhasilan adopsi massal kendaraan listrik tetap sangat bergantung pada dukungan regulasi pemerintah, pengembangan infrastruktur, serta edukasi berkelanjutan kepada masyarakat (PwC Indonesia, 2023).

Pemilihan topik mengenai pengaruh green marketing terhadap perilaku pembelian mobil listrik didasari oleh urgensi perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi transisi menuju ekonomi hijau. Di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan, perusahaan dituntut untuk tidak

hanya menawarkan produk ramah lingkungan, tetapi juga membangun komunikasi pemasaran yang meyakinkan dan beretika (Peattie & Crane, 2005). Bagi pelaku industri, pemahaman terhadap hubungan antara green marketing dan keputusan pembelian dapat membantu menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan preferensi pasar. Sementara itu, bagi kalangan akademik, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen berwawasan lingkungan, khususnya dalam konteks pasar negara berkembang seperti Indonesia, yang masih relatif kurang dieksplorasi dalam studi terdahulu (Nguyen et al., 2019).

Dengan mempertimbangkan urgensi krisis iklim, perkembangan teknologi kendaraan ramah lingkungan, serta pergeseran nilai konsumen, penelitian ini menjadi relevan dan aktual untuk dikaji. Melalui pendekatan ilmiah, diharapkan studi ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam mendorong keberlanjutan sektor otomotif serta memperkuat posisi mobil listrik sebagai pilihan yang logis dan etis bagi konsumen masa kini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Subjective Norm* dalam konteks adopsi mobil listrik?
2. Apakah *Subjective Norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Intention to adopt sustainable EV dalam konteks adopsi mobil listrik?

3. Apakah *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam keputusan adopsi mobil listrik?
4. Apakah *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?
5. Apakah *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control* dalam dalam konteks adopsi mobil listrik?
6. Apakah *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?
7. Apakah langsung *Environmental Concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah telah diuraikan, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan pengaruh positif *Environmental Concern* terhadap *Subjective Norm* dalam konteks adopsi mobil listrik?
2. Menjelaskan pengaruh positif *Subjective Norm* terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?
3. Menjelaskan pengaruh positif *Environmental Concern* terhadap *Attitude*

dalam keputusan adopsi mobil listrik?

4. Menjelaskan pengaruh positif *Attitude* terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?
5. Menjelaskan pengaruh positif *Environmental Concern* terhadap *Perceived Behavioral Control* dalam dalam konteks adopsi mobil listrik?
6. Menjelaskan pengaruh positif *Perceived Behavioral Control* terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?
7. Menjelaskan pengaruh positif *Environmental Concern* terhadap *Intention to adopt sustainable EV* dalam konteks adopsi mobil listrik?

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian mengenai pengaruh green marketing terhadap purchasing behaviour pada pembeli mobil listrik memiliki beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti/Akademisi:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian di bidang pemasaran hijau (green marketing) dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks adopsi kendaraan listrik di negara berkembang. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dan sumber referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemasaran berkelanjutan dan transformasi industri otomotif.

2. Bagi Industri/Pelaku Usaha:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan masukan strategis bagi perusahaan otomotif maupun pelaku industri lainnya dalam merancang dan mengimplementasikan strategi green marketing yang efektif. Informasi mengenai pengaruh elemen-elemen pemasaran hijau terhadap perilaku konsumen dapat menjadi dasar untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran produk berwawasan lingkungan, khususnya mobil listrik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan salah satu teori yang paling luas digunakan dalam menjelaskan dan memprediksi perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk perilaku konsumen, adopsi inovasi, serta perilaku pro-lingkungan. Teori ini dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen. TPB dirancang untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali individu dengan menambahkan konstruk *perceived behavioral control* sebagai determinan tambahan selain sikap dan norma sosial. Menurut TPB, perilaku individu didahului oleh niat perilaku (*behavioral intention*), yang mencerminkan kesiapan atau komitmen seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Ajzen, 1991). Niat ini dipandang sebagai prediktor paling langsung terhadap perilaku aktual. Semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, maka semakin besar kemungkinan tindakan tersebut akan direalisasikan dalam perilaku nyata, selama individu memiliki kendali yang memadai atas tindakan tersebut.

Niat perilaku dalam TPB dibentuk oleh tiga konstruk utama, yaitu *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. *Attitude*

merujuk pada evaluasi individu terhadap suatu perilaku, apakah dianggap menguntungkan atau merugikan. Sikap ini terbentuk dari keyakinan individu terhadap konsekuensi yang mungkin timbul dari suatu tindakan serta penilaian terhadap konsekuensi tersebut (Ajzen, 1991). *Subjective norm* mengacu pada persepsi individu mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku, yang berasal dari orang-orang penting dalam kehidupan individu seperti keluarga, teman, atau kelompok sosial tertentu. Sementara itu, *perceived behavioral control* menggambarkan persepsi individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan, yang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu maupun ekspektasi terhadap hambatan di masa depan. Kombinasi ketiga faktor tersebut membentuk niat individu untuk berperilaku. *Attitude* berperan dalam membentuk motivasi internal, *subjective norm* merepresentasikan pengaruh sosial, sedangkan *perceived behavioral control* mencerminkan persepsi terhadap kemampuan dan sumber daya yang dimiliki. Dengan demikian, TPB memberikan kerangka komprehensif yang mencakup aspek psikologis, sosial, dan situasional dalam menjelaskan perilaku manusia.

Dalam konteks adopsi teknologi baru, TPB telah banyak digunakan untuk memahami bagaimana individu merespons inovasi yang melibatkan perubahan perilaku. Taylor dan Todd (1995) menunjukkan bahwa TPB efektif dalam menjelaskan penerimaan teknologi karena mampu menangkap faktor-faktor kognitif dan sosial yang mempengaruhi keputusan individu. Demikian pula, Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa niat untuk mengadopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh persepsi manfaat, tetapi juga oleh tekanan sosial dan

persepsi kontrol terhadap penggunaan teknologi tersebut. TPB juga terbukti relevan dalam menjelaskan perilaku pro-lingkungan. Banyak penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap lingkungan, norma sosial, dan persepsi kontrol memainkan peran penting dalam membentuk niat individu untuk terlibat dalam tindakan yang mendukung keberlanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan atau transportasi ramah lingkungan (Han et al., 2010). Dalam konteks kendaraan listrik, TPB membantu menjelaskan bagaimana persepsi individu terhadap manfaat lingkungan, dukungan sosial terhadap gaya hidup berkelanjutan, serta keyakinan terhadap kemampuan untuk menggunakan teknologi baru dapat mempengaruhi niat adopsi.

Selain itu, TPB bersifat fleksibel dan memungkinkan integrasi variabel eksternal yang relevan dengan konteks perilaku tertentu. Ajzen (1991) menyatakan bahwa faktor-faktor eksternal seperti nilai personal, kesadaran lingkungan, maupun karakteristik situasional dapat mempengaruhi *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*, yang pada akhirnya membentuk niat perilaku. Oleh karena itu, dalam studi mengenai adopsi teknologi ramah lingkungan seperti kendaraan listrik, TPB sering dikembangkan dengan memasukkan variabel tambahan seperti *environmental concern* untuk meningkatkan daya jelaskan model (Rezvani et al., 2015). Dengan kemampuannya dalam mengintegrasikan faktor psikologis dan sosial, TPB menjadi kerangka teoritis yang relevan untuk memahami niat individu dalam mengadopsi kendaraan listrik sebagai bentuk inovasi berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, niat untuk mengadopsi kendaraan listrik dipandang sebagai hasil

dari proses evaluasi kognitif, pengaruh sosial, serta persepsi terhadap kemampuan dan sumber daya yang dimiliki individu. Oleh karena itu, TPB memberikan landasan konseptual yang kuat dalam menjelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi dalam membentuk niat untuk beralih ke teknologi transportasi yang lebih ramah lingkungan.

Sebagai penutup, *Theory of Planned Behavior* (TPB) memberikan landasan teoritis yang kuat dan relevan dalam memahami proses pengambilan keputusan konsumen terhadap produk ramah lingkungan, termasuk mobil listrik. Melalui tiga komponen utamanya *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* TPB mampu menjelaskan bagaimana niat beli terbentuk dari interaksi antara faktor internal dan eksternal. Dengan integrasi variabel tambahan seperti *environmental concern*, TPB menjadi lebih fleksibel untuk diaplikasikan dalam studi mengenai adopsi produk berwawasan lingkungan, sehingga relevan dalam menjelaskan bagaimana faktor psikologis dan sosial membentuk *intention to adopt sustainable EV* dalam penelitian ini yang menjadikannya sangat relevan untuk penelitian ini.

2.1.2 Attitude

Attitude merujuk pada evaluasi individu terhadap suatu perilaku tertentu. *Attitude* dibentuk oleh keyakinan individu mengenai konsekuensi dari tindakan tersebut, dan evaluasi positif atau negatif terhadap hasil yang diharapkan (Ajzen, 1991). Sikap terbentuk berdasarkan keyakinan individu mengenai konsekuensi dari suatu tindakan serta penilaian terhadap hasil yang mungkin diperoleh. Semakin positif evaluasi individu terhadap suatu perilaku, maka semakin besar

kemungkinan individu tersebut memiliki niat untuk melakukannya.

Dalam konteks pemilihan kendaraan listrik, *attitude* dapat muncul dari persepsi konsumen bahwa kendaraan listrik lebih ramah lingkungan, hemat energi, atau mendukung gaya hidup berkelanjutan. Jika konsumen percaya bahwa menggunakan mobil listrik akan memberikan manfaat pribadi dan sosial, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk membeli produk tersebut (Dutta & Hwang, 2021). Sikap yang positif terhadap kendaraan listrik akan meningkatkan kecenderungan individu untuk mempertimbangkan adopsi teknologi tersebut. Sebaliknya, jika kendaraan listrik dipersepsikan memiliki keterbatasan, seperti harga tinggi atau keterbatasan infrastruktur, maka sikap negatif dapat muncul dan mengurangi niat adopsi. Oleh karena itu, *attitude* menjadi faktor penting dalam menjelaskan bagaimana persepsi individu terhadap kendaraan listrik dapat mempengaruhi niat untuk menggunakannya.

2.1.3 Subjective Norm

Subjective norm merujuk pada persepsi individu mengenai tekanan sosial atau norma yang dirasakan individu dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, atau masyarakat umum. Ketika seseorang merasa bahwa orang-orang penting dalam hidupnya mendukung atau mengharapkan mereka untuk membeli kendaraan listrik, maka pengaruh sosial ini akan memperkuat niat pembelian (Ajzen, 1991). Dalam konteks pemilihan kendaraan listrik, *subjective norm* mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa lingkungan sosialnya mendukung penggunaan teknologi transportasi yang lebih ramah lingkungan.

Dukungan dari orang-orang terdekat atau meningkatnya tren penggunaan kendaraan listrik dalam masyarakat dapat menciptakan dorongan sosial yang memperkuat niat individu untuk mengadopsi kendaraan listrik.

Ketika individu percaya bahwa orang-orang yang dianggap penting mendukung penggunaan kendaraan listrik, maka mereka cenderung lebih termotivasi untuk mengikuti norma tersebut. Sebaliknya, kurangnya dukungan sosial dapat melemahkan niat adopsi meskipun individu memiliki sikap yang positif terhadap kendaraan listrik. Dengan demikian, *subjective norm* berperan sebagai faktor sosial yang mempengaruhi pembentukan niat untuk mengadopsi teknologi berkelanjutan.

2.1.4 *Perceived Behavioral Control*

Perceived behavioral control (PBC) merujuk pada persepsi individu tentang sejauh mana mereka memiliki kemampuan dan sumber daya untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Konsep ini mencerminkan keyakinan individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan tindakan tertentu. Dalam konteks pembelian mobil listrik, PBC dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti harga mobil, ketersediaan stasiun pengisian daya, insentif pemerintah, serta kemudahan dalam mengakses produk (Dutta & Hwang, 2021). Jika konsumen merasa mampu dan memiliki cukup sumber daya untuk membeli serta menggunakan mobil listrik, maka mereka lebih mungkin untuk mewujudkan niat beli menjadi tindakan nyata.

Semakin besar persepsi kontrol yang dimiliki individu, semakin tinggi

pula kemungkinan terbentuknya niat untuk mengadopsi kendaraan listrik. Sebaliknya, jika individu merasa terdapat hambatan yang signifikan, seperti keterbatasan biaya atau akses terhadap fasilitas pendukung, maka niat adopsi dapat melemah. Oleh karena itu, *perceived behavioral control* menjadi faktor penting dalam menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kemudahan atau hambatan mempengaruhi niat individu untuk mengadopsi kendaraan listrik.

2.1.5 Environmental Concern

Environmental concern merujuk pada tingkat kesadaran dan kepedulian individu terhadap isu-isu lingkungan, seperti perubahan iklim, polusi udara, dan degradasi ekosistem. Konsep ini mencerminkan sejauh mana seseorang merasa bertanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan dan bersedia mempertimbangkan dampak ekologis dalam pengambilan keputusan konsumsi (Nguyen et al., 2019). Dalam konteks adopsi kendaraan listrik, *environmental concern* menjadi faktor psikologis yang penting karena kendaraan listrik dipersepsikan sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan dibandingkan kendaraan berbahan bakar fosil.

Individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung menunjukkan preferensi terhadap produk dan teknologi yang mendukung keberlanjutan. Kepedulian tersebut dapat membentuk evaluasi positif terhadap kendaraan listrik, karena dianggap mampu mengurangi emisi karbon dan berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan. Dengan demikian, *environmental concern* dapat mempengaruhi sikap individu terhadap penggunaan kendaraan listrik sebagai solusi mobilitas berkelanjutan (Nguyen et al., 2019).

Dalam pengembangan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *environmental concern* dapat berperan sebagai variabel eksternal yang memperkuat prediktor utama dalam model. Dutta dan Hwang (2021) menegaskan bahwa kepedulian lingkungan mampu mempengaruhi pembentukan sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap adopsi kendaraan listrik. Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi tidak hanya cenderung menilai kendaraan listrik secara positif, tetapi juga lebih sensitif terhadap pengaruh sosial yang mendukung perilaku ramah lingkungan serta lebih percaya diri dalam mengadopsi teknologi tersebut.

Selain mempengaruhi konstruk utama TPB, *environmental concern* juga dapat berdampak langsung terhadap niat individu untuk mengadopsi kendaraan listrik. Kesadaran terhadap urgensi permasalahan lingkungan dapat mendorong individu untuk mengubah perilaku konsumsi menuju pilihan yang lebih berkelanjutan. Dalam hal ini, kendaraan listrik dipandang sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap upaya pengurangan dampak lingkungan dari sektor transportasi. Dengan demikian, *environmental concern* tidak hanya berperan sebagai faktor psikologis yang membentuk persepsi individu terhadap kendaraan listrik, tetapi juga sebagai variabel eksternal yang memperkuat model TPB dalam menjelaskan niat adopsi teknologi ramah lingkungan. Oleh karena itu, memasukkan *environmental concern* ke dalam model penelitian menjadi penting untuk memahami secara lebih komprehensif faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam mengadopsi kendaraan listrik.

2.1.6 *Intention to adopt sustainable electric vehicle*

Intention to adopt sustainable electric vehicle merujuk pada kecenderungan atau kesiapan individu untuk menggunakan atau membeli kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), niat perilaku (*behavioral intention*) merupakan faktor utama yang secara langsung memprediksi perilaku aktual seseorang (Ajzen, 1991). Niat ini mencerminkan seberapa besar komitmen individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu, dalam hal ini mengadopsi kendaraan listrik sebagai bagian dari gaya hidup berkelanjutan. Niat adopsi tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan fungsional seperti efisiensi energi atau performa teknologi, tetapi juga oleh nilai-nilai keberlanjutan yang melekat pada produk tersebut. Konsumen yang memandang kendaraan listrik sebagai solusi terhadap permasalahan lingkungan cenderung memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk mengadopsinya sebagai pilihan transportasi masa depan (Nguyen et al., 2019).

Menurut TPB, niat adopsi dibentuk oleh tiga determinan utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). Sikap yang positif terhadap kendaraan listrik, dukungan sosial dari lingkungan sekitar, serta keyakinan akan kemampuan untuk menggunakan teknologi tersebut akan meningkatkan kemungkinan terbentuknya niat adopsi. Niat tidak hanya mencerminkan keinginan sesaat, tetapi juga kesiapan psikologis untuk melakukan perubahan perilaku menuju penggunaan teknologi yang lebih

berkelanjutan. Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi serta persepsi positif terhadap kendaraan listrik cenderung menunjukkan niat yang lebih kuat untuk beralih dari kendaraan konvensional ke kendaraan listrik (Rezvani et al., 2015). Namun, sebagaimana dijelaskan dalam TPB, niat tidak selalu langsung terwujud menjadi perilaku aktual karena masih dipengaruhi oleh faktor situasional seperti ketersediaan sumber daya dan kondisi eksternal.

Dengan demikian, *intention to adopt sustainable electric vehicle* menjadi indikator penting dalam memahami potensi adopsi kendaraan listrik di masyarakat. Melalui pendekatan TPB, niat adopsi dapat dijelaskan sebagai hasil interaksi antara faktor psikologis dan sosial yang membentuk kesiapan individu untuk beralih ke teknologi transportasi yang lebih ramah lingkungan.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 *Environmental Concern* dan *Subjective Norm*

Selain membentuk sikap, *environmental concern* juga dapat mempengaruhi norma subjektif. Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung lebih peka terhadap nilai-nilai sosial yang mendukung perilaku berkelanjutan. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepedulian individu terhadap lingkungan berperan dalam membentuk tekanan sosial dan norma yang dirasakan dalam perilaku pro-lingkungan. Individu dengan tingkat *environmental concern* yang tinggi cenderung lebih sensitif terhadap ekspektasi sosial terkait perilaku ramah lingkungan (Bamberg, 2003).

Hal ini sejalan dengan temuan Paul Stern yang menyatakan bahwa nilai dan kepedulian lingkungan dapat memperkuat norma sosial dalam pengambilan keputusan perilaku berkelanjutan (Stern, 2000). Selain itu, penelitian oleh Han et al. (2010) juga membuktikan bahwa kesadaran lingkungan berkontribusi terhadap pembentukan norma subjektif dalam konteks perilaku ramah lingkungan. Dengan demikian, kepedulian lingkungan berpotensi memperkuat norma subjektif yang dirasakan individu.

H1: *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Subjective Norm*

2.2.2 *Subjective Norm* dan *Intention to Adopt Sustainable EV*

Subjective norm dalam TPB merujuk pada persepsi individu mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, maupun masyarakat, dapat membentuk kecenderungan individu dalam mengambil keputusan. Penelitian oleh Icek Ajzen menegaskan bahwa norma subjektif berkontribusi signifikan dalam membentuk niat perilaku dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Selain itu, studi oleh Han et al. (2010) menunjukkan bahwa tekanan sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan niat individu terhadap perilaku ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat norma sosial yang dirasakan, semakin tinggi pula niat untuk mengadopsi kendaraan listrik berkelanjutan.

H2: *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Intention to Adopt Sustainable EV*

2.2.3 *Environmental Concern dan Attitude*

Environmental concern mencerminkan tingkat kepedulian individu terhadap isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim dan polusi udara (Nguyen et al., 2019). Individu yang memiliki perhatian tinggi terhadap isu lingkungan cenderung menunjukkan evaluasi positif terhadap solusi berkelanjutan (Yadav & Pathak, 2016). Hal ini didukung oleh temuan Diane Cyr yang menyatakan bahwa nilai personal dan kepedulian dapat mempengaruhi pembentukan sikap terhadap suatu inovasi (Cyr, 2008). Selain itu, penelitian Han et al. (2010) juga menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan berkontribusi signifikan terhadap pembentukan sikap pro-lingkungan. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan berkontribusi dalam membentuk sikap terhadap produk ramah lingkungan (Rezvani et al., 2015). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepedulian lingkungan individu, semakin positif sikap mereka terhadap kendaraan listrik.

H3: *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Attitude*

2.2.4 *Attitude dan Intention to Adopt Sustainable EV*

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), *attitude* merupakan salah satu determinan utama yang mempengaruhi niat individu untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Sikap terhadap suatu perilaku merupakan prediktor utama dalam membentuk niat perilaku. Individu dengan sikap positif terhadap produk ramah lingkungan cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsinya (Paul et al., 2016). Dalam kerangka TPB, Icek Ajzen (1991)

menegaskan bahwa sikap merupakan determinan langsung dari niat perilaku. Selain itu, penelitian Han et al. (2010) juga menunjukkan bahwa sikap positif terhadap inovasi berkelanjutan meningkatkan niat individu untuk mengadopsi teknologi ramah lingkungan. Penelitian Rezvani et al. (2015) juga menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi ramah lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi. Dengan demikian, semakin positif sikap individu terhadap kendaraan listrik, semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk mengadopsinya.

H4: *Attitude* berpengaruh positif terhadap *Intention to Adopt Sustainable EV*

2.2.5 *Environmental Concern* dan *Perceived Behavioral Control*

Environmental concern juga dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap kemampuan mereka dalam mengadopsi perilaku ramah lingkungan. Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung merasa lebih mampu dan memiliki kontrol terhadap tindakan berkelanjutan (Chen & Tung, 2014). Sejalan dengan hal tersebut, Paul Stern (2000) menjelaskan bahwa nilai lingkungan dapat memengaruhi persepsi kontrol individu dalam perilaku pro-lingkungan. Penelitian Han et al. (2010) juga menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melakukan tindakan ramah lingkungan. Dengan demikian, *environmental concern* berpotensi memperkuat *perceived behavioral control*.

H5: *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Perceived Behavioral Control*

2.2.6 *Perceived Behavioral Control dan Intention to Adopt Sustainable EV*

Perceived behavioral control (PBC) mencerminkan persepsi individu mengenai kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). PBC berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan tindakan tertentu. Penelitian Huang & Ge (2019) menunjukkan bahwa persepsi kontrol yang tinggi berpengaruh positif terhadap niat penggunaan kendaraan listrik. Dalam TPB, Icek Ajzen (1991) juga menegaskan bahwa PBC berkontribusi signifikan terhadap pembentukan niat perilaku. Selain itu, Han et al. (2010) menemukan bahwa persepsi kontrol yang tinggi meningkatkan kemungkinan individu untuk mengadopsi perilaku ramah lingkungan. Penelitian lain menunjukkan bahwa persepsi kontrol yang tinggi berkontribusi signifikan dalam meningkatkan niat adopsi teknologi baru (Taylor & Todd, 1995). Oleh karena itu, semakin tinggi *perceived behavioral control* individu terhadap penggunaan kendaraan listrik, semakin besar kemungkinan terbentuknya niat adopsi.

H6: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap *Intention to Adopt Sustainable EV*

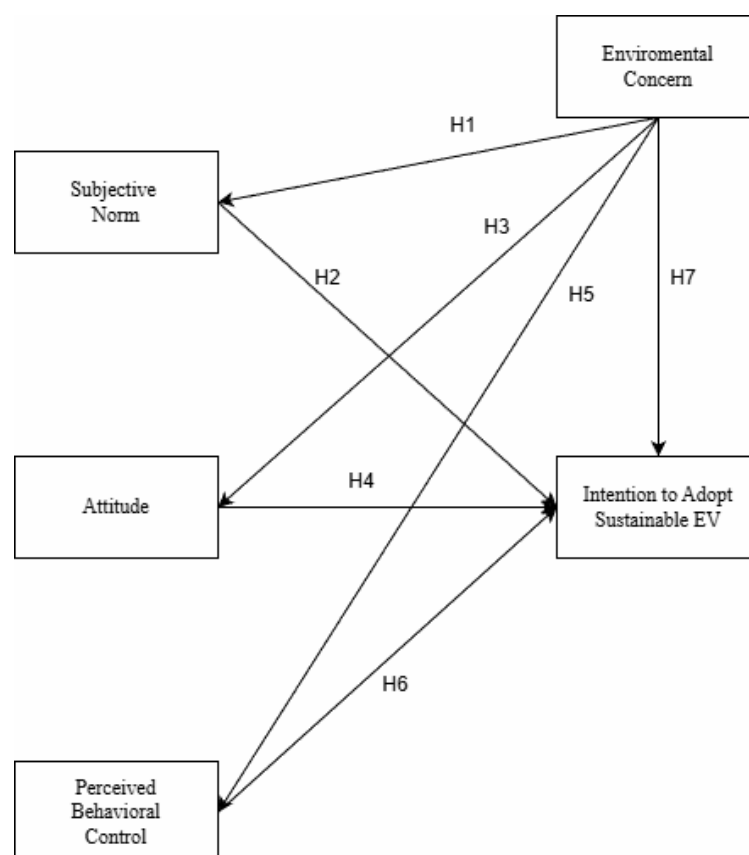
2.2.7 *Environmental Concern dan Intention to adopt sustainable EV*

Environmental concern tidak hanya mempengaruhi konstruk dalam TPB, tetapi juga dapat berdampak langsung terhadap niat individu untuk mengadopsi teknologi ramah lingkungan. Individu dengan kesadaran lingkungan tinggi cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsi inovasi ramah

lingkungan (Jansson et al., 2010). Sejalan dengan hal tersebut, Paul Stern (2000) menyatakan bahwa nilai lingkungan dapat secara langsung memotivasi tindakan berkelanjutan. Selain itu, Han et al. (2010) juga menemukan bahwa *environmental concern* memiliki pengaruh langsung terhadap niat perilaku ramah lingkungan. Dengan demikian, kepedulian lingkungan berpotensi meningkatkan *intention to adopt sustainable EV* secara langsung.

H7: *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Intention to Adopt*

2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Sumber: (Dutta & Hwang, 2021)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini mengkaji pengaruh *green marketing* terhadap *purchasing behaviour* pembeli mobil listrik dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan melalui penambahan variabel *environmental concern*. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis hubungan kausal antar variabel, khususnya bagaimana *environmental concern* memengaruhi *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*, serta bagaimana ketiga konstruk tersebut berkontribusi dalam membentuk *intention to adopt sustainable electric vehicle*. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh langsung *environmental concern* terhadap *intention to adopt sustainable EV*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kausal bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Melalui desain ini, peneliti berupaya menguji secara empiris pengaruh variabel independen (*environmental concern*) terhadap variabel mediasi (*attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*), serta dampaknya terhadap variabel dependen (*intention to adopt sustainable EV*). Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengolahan data secara objektif melalui analisis statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan platform seperti Google Forms. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks adopsi kendaraan listrik di Indonesia. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert untuk menangkap tingkat persetujuan responden secara terstruktur dan terukur.

Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *convenience sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kemudahan akses peneliti dalam menjangkau responden. Responden yang dipilih merupakan individu yang tersedia dan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian pada saat pengumpulan data dilakukan. Teknik ini digunakan karena memungkinkan peneliti memperoleh data secara lebih cepat dan efisien, terutama ketika terdapat keterbatasan waktu dan sumber daya. Meskipun demikian, responden yang terlibat tetap diharapkan dapat memberikan gambaran umum mengenai persepsi, sikap, dan niat adopsi terhadap penggunaan mobil listrik sebagai kendaraan ramah lingkungan.

Melalui metodologi tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi niat konsumen dalam mengadopsi mobil listrik. Selain memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model TPB yang diperluas, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri otomotif dalam merancang strategi *green marketing* yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia tanpa pembatasan wilayah geografis tertentu, mengingat penyebaran kuesioner dilakukan secara daring. Proses pengumpulan data melalui media internet memungkinkan partisipasi responden dari berbagai daerah di Indonesia. Pendekatan daring ini dinilai sesuai dengan karakteristik konsumen modern yang telah terintegrasi dengan teknologi serta aktif berinteraksi dengan merek melalui berbagai platform digital. Dalam penelitian ini, instrumen pengukuran yang digunakan adalah skala Likert untuk menilai persepsi, sikap, dan opini responden terhadap setiap pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Skala Likert dipilih karena mampu menghasilkan data kuantitatif yang terukur berdasarkan tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan. Adapun kriteria penilaian skor yang digunakan adalah sebagai berikut:

Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Netral
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat Setuju

Menurut Sugiyono (2022), skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial. Melalui skala ini, responden dapat menggambarkan sejauh mana mereka menyetujui atau menolak pernyataan yang diberikan. Penggunaan skala Likert dalam penelitian ini memudahkan peneliti dalam mengkuantifikasi data

sehingga dapat dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dan menguji hipotesis penelitian secara empiris.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Casteel & Bridier (2021), populasi penelitian merupakan keseluruhan kelompok yang menjadi fokus utama dalam suatu studi, yang dapat terdiri atas individu, kelompok, maupun entitas tertentu yang memiliki karakteristik relevan dengan tujuan penelitian. Populasi berperan penting karena hasil penelitian diharapkan mampu menggambarkan serta merepresentasikan karakteristik kelompok tersebut secara lebih luas. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki ketertarikan, pertimbangan, atau potensi untuk mengadopsi mobil listrik sebagai alternatif kendaraan ramah lingkungan.

Casteel & Bridier (2021) juga menjelaskan bahwa kerangka pengambilan sampel merupakan kumpulan unit yang menjadi dasar atau acuan dalam proses pemilihan sampel dari populasi target. Sementara itu, sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, pemilihan sampel harus dilakukan secara terarah agar data yang diperoleh benar-benar relevan dengan fokus penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kemudahan akses peneliti dalam menjangkau responden yang tersedia dan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan proses pengumpulan data dilakukan

secara lebih cepat dan efisien, terutama dalam kondisi keterbatasan waktu dan sumber daya. Melalui teknik ini, responden yang diperoleh diharapkan tetap mampu memberikan gambaran umum terkait variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, serta *intention to adopt sustainable electric vehicle*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 300 responden. Jumlah tersebut dinilai memadai untuk memberikan gambaran yang cukup representatif mengenai kecenderungan persepsi, sikap, serta niat adopsi kendaraan listrik di kalangan masyarakat, sekaligus mendukung proses analisis data secara lebih optimal.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Penelitian ini menggunakan lima variabel, terdiri dari empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Keempat variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

3.3.1 Attitude

Attitude adalah evaluasi individu terhadap suatu perilaku yang mencerminkan sejauh mana perilaku tersebut dipandang positif atau negatif. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap terbentuk dari keyakinan individu mengenai konsekuensi suatu tindakan serta penilaian terhadap hasil yang diharapkan (Ajzen, 1991). Dalam konteks adopsi kendaraan listrik, *attitude* menggambarkan penilaian konsumen terhadap

penggunaan mobil listrik sebagai solusi transportasi ramah lingkungan dan berkelanjutan. Individu yang meyakini bahwa kendaraan listrik mampu mengurangi emisi dan memberikan manfaat jangka panjang cenderung memiliki sikap yang lebih positif, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk mengadopsinya (Paul et al., 2016).

Tabel 3.1 Indikator Pengukuran *attitude*

Kode	Indikator	Sumber
AT1	Saya percaya bahwa kendaraan listrik akan memberikan manfaat bagi lingkungan dalam jangka panjang	(Dutta & Hwang, 2021)
AT2	Kendaraan listrik dapat mengurangi penggunaan bahan bakar fosil seperti bensin atau solar.	
AT3	Saya akan merasa puas terhadap diri saya sendiri jika membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	
AT4	Saya menyukai gagasan untuk memiliki kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	

3.3.2 *Subjective Norm*

Subjective norm adalah persepsi individu mengenai tekanan sosial dari orang-orang penting di sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks adopsi kendaraan listrik, *subjective norm* mencerminkan sejauh mana individu

merasa bahwa keluarga, teman, atau lingkungan sosial mendukung penggunaan mobil listrik sebagai pilihan transportasi ramah lingkungan. Semakin kuat dukungan sosial yang dirasakan, semakin besar niat individu untuk mengadopsi kendaraan listrik (Han et al., 2010; Wang et al., 2016)

Tabel 3.2 Indikator Pengukuran *subjective norm*

Kode	Indikator	Sumber
SN1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya sebaiknya memilih kendaraan listrik jika membeli kendaraan dalam waktu dekat.	(Dutta & Hwang, 2021)
SN2	Jika saya membeli kendaraan listrik, orang-orang yang penting bagi saya akan mendukung keputusan tersebut.	
SN3	Orang-orang yang penting bagi saya lebih menginginkan saya menggunakan kendaraan listrik yang ramah lingkungan dibandingkan kendaraan berbahan bakar bensin atau diesel.	

3.3.3 *Perceived Behavioral Control*

Perceived Behavioral Control (PBC) adalah persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku, yang berkaitan dengan ketersediaan sumber daya dan kemampuan yang

dimiliki (Ajzen, 1991). Dalam adopsi kendaraan listrik, PBC dapat dipengaruhi oleh faktor seperti harga kendaraan, infrastruktur pengisian daya, serta dukungan kebijakan pemerintah. Semakin tinggi persepsi kontrol yang dimiliki individu, semakin besar kemungkinan terbentuknya niat untuk mengadopsi kendaraan listrik (Huang & Ge, 2019; Taylor & Tod, 1995)

Tabel 3.3 Indikator Pengukuran *Perceived Behavioral Control*

Kode	Indikator	Sumber
PBC 1	Saya merasa harga kendaraan listrik masih dalam batas kemampuan saya jika saya memutuskan untuk membelinya.	(Dutta & Hwang, 2021)
PBC 2	Saya merasa mampu menanggung biaya perawatan dan perbaikan kendaraan listrik jika saya mengadopsinya.	
PBC 3	Saya mengetahui di mana dan bagaimana cara membeli kendaraan listrik jika saya ingin memilikinya.	

3.3.4 *Environmental Concern*

Environmental concern merujuk pada tingkat kepedulian individu terhadap permasalahan lingkungan seperti perubahan iklim dan polusi udara (Nguyen et al., 2017). Individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung menunjukkan evaluasi positif terhadap produk ramah lingkungan dan memiliki kecenderungan lebih kuat untuk mengadopsi kendaraan listrik (Han et al., 2010; Jansson et al., 2010).

Dengan demikian, *environmental concern* menjadi faktor psikologis penting dalam menjelaskan perilaku konsumsi berkelanjutan.

Tabel 3.4 Indikator Pengukuran *Environmental Concern*

Kode	Indikator	Sumber
EC1	Saya merasa peduli terhadap berbagai permasalahan lingkungan yang terjadi saat ini.	(Dutta & Hwang, 2021)
EC2	Saya percaya bahwa masyarakat perlu mengubah perilakunya untuk mengurangi perubahan iklim dan melindungi lingkungan.	
EC3	Saya merasa bahwa perubahan iklim merupakan ancaman bagi saya dan keluarga saya.	
EC4	Saya menilai bahwa permasalahan lingkungan semakin serius dalam beberapa tahun terakhir.	

3.3.5 *Intention to Adopt Sustainable EV*

Intention to adopt sustainable electric vehicle adalah kesiapan atau komitmen individu untuk membeli atau menggunakan kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi ramah lingkungan. Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), niat perilaku merupakan prediktor langsung dari perilaku aktual (Ajzen, 1991). Niat ini dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Rezvani et al., 2015). Semakin

kuat niat individu, semakin besar kemungkinan adopsi kendaraan listrik terjadi.

Tabel 3.5 Indikator Pengukuran *Intention to adopt sustainable electric vehicle*

Kode	Indikator	Sumber
ISE1	Saya memiliki niat untuk menggunakan kendaraan listrik dalam waktu dekat.	(Dutta & Hwang, 2021)
ISE2	Pada pembelian kendaraan berikutnya, saya akan mempertimbangkan untuk membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	
ISE3	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan kendaraan listrik kepada orang lain.	
ISE4	Saya tetap bersedia membeli kendaraan listrik meskipun kualitasnya sedikit lebih rendah dibandingkan kendaraan konvensional.	

3.2 Pilot Test

Uji coba (pilot test) dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai sebelum digunakan pada penelitian utama. Proses ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada kurang lebih 50 responden

yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam penelitian. Pelaksanaan pilot test bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan instrumen, sehingga dapat dipastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Data yang diperoleh dari hasil uji coba kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 29 untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

3.2.1 Uji Validitas Pilot

Validitas (validity) merupakan ukuran suatu instrumen dalam mengukur konstruk atau variabel yang seharusnya diukur. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid apabila mampu merepresentasikan tujuan pengukuran secara tepat, sehingga hasil yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan terhadap setiap butir pernyataan dalam kuesioner. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden dan tingkat signifikansi sebesar 5%, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,279. Adapun hasil pengujian validitas untuk masing-masing item pernyataan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3.6 Uji Validitas Pilot

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Attitude</i> (AT)	AT1	0,588**	0,279	Valid
	AT2	0,748**	0,279	Valid

	AT3	0,742**	0,279	Valid
	AT4	0,655**	0,279	Valid
<i>Subjective norm (SN)</i>	SN1	0,655**	0,279	Valid
	SN2	0,714**	0,279	Valid
	SN3	0,590**	0,279	Valid
<i>Perceived behavioral control (PBC)</i>	PBC1	0,642**	0,279	Valid
	PBC2	0,727**	0,279	Valid
	PBC3	0,722**	0,279	Valid
<i>Environmental Concern (EC)</i>	EC1	0,431**	0,279	Valid
	EC2	0,605**	0,279	Valid
	EC3	0,642**	0,279	Valid
	EC4	0,566**	0,279	Valid
<i>Intention to Adopt Sustainable EV (ISE)</i>	ISE1	0,748**	0,279	Valid
	ISE2	0,742**	0,279	Valid
	ISE3	0,655**	0,279	Valid
	ISE4	0,727**	0,279	Valid

Sumber: Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel di atas, seluruh item instrumen penelitian menunjukkan nilai r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian utama.

3.2.2 Uji Reliabilitas Pilot

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan yang telah dinyatakan valid pada tahap uji sebelumnya. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha (α) lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode Cronbach's Alpha, diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Pilot

No	Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Attitude (AT)</i>	4	0,806	Reliabel
2	<i>Subjective norm (SN)</i>	3	0,728	Reliabel
3	<i>Perceived behavioral control (PBC)</i>	3	0,790	Reliabel
4	<i>Environmental Concern (EC)</i>	4	0,703	Reliabel
5	<i>Intention to Adopt Sustainable EV (ISE)</i>	4	0,778	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil analisis yang tercantum pada Tabel 3.7, seluruh variabel penelitian menunjukkan tingkat konsistensi internal yang memadai. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel yang melebihi batas kriteria sebesar 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa

instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik dan layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

3.3 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan utama, yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial. Kedua metode tersebut digunakan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai karakteristik data yang diperoleh serta untuk menguji hubungan antarvariabel yang diteliti. Adapun uraian lebih lanjut mengenai masing-masing teknik analisis tersebut disajikan sebagai berikut.

3.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis dan komprehensif mengenai karakteristik responden serta distribusi jawaban pada setiap indikator variabel yang diukur melalui kuesioner. Analisis ini merupakan bagian dari pendekatan statistik yang bertujuan untuk mengorganisasi, mengelompokkan, dan merangkum data yang diperoleh tanpa melakukan pengujian hipotesis atau penarikan kesimpulan yang bersifat generalisasi (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan demikian, analisis deskriptif berfungsi sebagai tahap awal untuk memahami kondisi empiris data sebelum dilakukan analisis lanjutan. Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif difokuskan pada variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, serta *intention to*

adopt sustainable electric vehicle. Penyajian data dilakukan melalui distribusi frekuensi, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi untuk mengidentifikasi kecenderungan jawaban responden terhadap setiap pernyataan dalam instrumen penelitian. Secara khusus, pada variabel *intention to adopt sustainable EV*, analisis deskriptif diarahkan untuk menggambarkan tingkat kecenderungan responden dalam mengadopsi kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, niat perilaku dipandang sebagai faktor utama yang memprediksi perilaku aktual individu (Ajzen, 1991). Selain itu, niat untuk mengadopsi kendaraan listrik juga dipengaruhi oleh tingkat kepedulian lingkungan serta persepsi individu terhadap keberlanjutan produk yang ditawarkan. Melalui pendekatan deskriptif ini, data yang terkumpul dapat dijelaskan secara terstruktur sehingga memberikan pemahaman awal mengenai profil responden dan pola persepsi mereka terhadap kendaraan listrik. Hasil analisis ini menjadi dasar penting sebelum memasuki tahap analisis inferensial, khususnya dalam pengujian hubungan antarvariabel sesuai dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3.2 Analisis Statistik Inferensial

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu metode analisis statistik yang mengintegrasikan

analisis faktor, model struktural, serta analisis jalur untuk membangun dan menguji hubungan antar konstruk yang bersifat simultan dan potensial kausal (J. F. Hair et al., 2021). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis keterkaitan antara variabel laten dengan indikator pengukurnya secara bersamaan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap struktur model penelitian yang dikembangkan.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Dalam proses pengolahan data, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS yang berbasis *Partial Least Squares* (PLS). Pemilihan SmartPLS didasarkan pada kemampuannya dalam mengelola data kuantitatif secara efektif, khususnya pada model penelitian yang memiliki tingkat kompleksitas tinggi (J. F. Hair et al., 2021). Selain itu, pendekatan PLS-SEM memiliki keunggulan dalam hal kebutuhan ukuran sampel yang relatif lebih kecil dibandingkan SEM berbasis kovarians (*covariance-based SEM*), serta mampu mengakomodasi data yang tidak berdistribusi normal melalui teknik *bootstrapping*.

3.3.2.1 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Secara umum, *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik analisis multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk dalam suatu model penelitian secara simultan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan kompleks

antarvariabel, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, dalam satu kerangka model yang terintegrasi (J. F. Hair et al., 2021). Melalui pendekatan ini, pengujian model pengukuran dan model struktural dapat dilakukan secara bersamaan sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap hubungan antarvariabel penelitian. Dalam pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), terdapat dua komponen utama yang dianalisis, yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural) (J. F. Hair et al., 2021). *Outer model* digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator pengukurnya, sedangkan *inner model* berfungsi untuk menguji hubungan kausal antarvariabel laten dalam model penelitian (Henseler et al., 2009).

Model pengukuran bertujuan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk laten secara memadai. Variabel manifes merupakan item pertanyaan yang dapat diukur secara langsung melalui instrumen kuesioner, sedangkan variabel laten adalah konsep abstrak yang tidak dapat diobservasi secara langsung dan diukur melalui indikator sebagai representasinya (J. F. Hair et al., 2019). Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel laten yang dianalisis, yaitu *perceived value* dan *word of mouth* sebagai variabel eksogen, serta *brand customer loyalty* dan *repurchase intention* sebagai variabel endogen. Masing-masing variabel laten

diukur menggunakan beberapa indikator yang dituangkan dalam bentuk pernyataan pada kuesioner penelitian.

A. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat dan akurat (Sekaran & Bougie, 2019). Dalam konteks PLS-SEM, pengujian validitas difokuskan pada dua aspek utama, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan (J. F. Hair et al., 2021). Kedua bentuk validitas ini penting untuk memastikan bahwa konstruk penelitian benar-benar merepresentasikan konsep teoritis yang diukur.

1. Validitas konvergen bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki tingkat korelasi yang tinggi dan konsisten dalam merefleksikan konstruk yang sama (J. F. Hair et al., 2019). Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE minimal sebesar 0,50 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Fornell & Larcker, 1981). Selain itu, nilai *outer loading* yang disarankan berada di atas 0,70, meskipun nilai di atas 0,50 masih dapat diterima pada tahap awal pengembangan model (J. F. Hair et al., 2021). Semakin tinggi nilai *outer loading*, semakin kuat indikator tersebut dalam merepresentasikan konstruk laten.

2. Validitas diskriminan berkaitan dengan kemampuan suatu konstruk untuk benar-benar berbeda dari konstruk lain dalam model penelitian (Henseler et al., 2015). Artinya, setiap konstruk harus mampu menjelaskan fenomena yang unik dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya. Evaluasi dapat dilakukan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, di mana akar kuadrat AVE suatu konstruk harus lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain (Fornell & Larcker, 1981). Pemenuhan validitas diskriminan menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten memiliki identitas konseptual yang jelas dalam model penelitian.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada tingkat konsistensi internal suatu instrumen dalam menghasilkan pengukuran yang stabil dan dapat dipercaya (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam PLS-SEM, reliabilitas umumnya dievaluasi menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (J. F. Hair et al., 2021). Nilai *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menilai konsistensi antarindikator dalam satu konstruk. Secara umum, nilai di atas 0,60 dianggap memadai pada penelitian eksploratif, sedangkan nilai di atas 0,70 menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik (J. F. Hair et al., 2021). Namun demikian, dalam konteks PLS-SEM, *Composite Reliability* dinilai lebih representatif karena mempertimbangkan bobot aktual masing-masing indikator dalam model. Nilai *Composite Reliability* yang

direkomendasikan berada di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa konstruk memiliki konsistensi internal yang kuat dan stabil (J. F. Hair et al., 2019). Melalui pengujian validitas dan reliabilitas secara menyeluruh, kualitas model pengukuran dapat dipastikan sebelum dilakukan evaluasi terhadap model struktural. Tahapan ini menjadi krusial karena kesimpulan mengenai hubungan antarvariabel hanya dapat ditarik apabila konstruk yang digunakan telah terbukti valid dan reliabel secara empiris.

3.3.2.2 Model Struktural atau *Inner Model*

Setelah seluruh konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas pada tahap evaluasi *outer model*, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap model struktural (*inner model*). Evaluasi ini bertujuan untuk menguji kekuatan, arah, serta signifikansi hubungan antarvariabel laten sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan dalam kerangka penelitian. Dalam pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), pengujian model struktural berfokus pada kemampuan prediktif model serta besarnya kontribusi variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen (J. F. Hair et al., 2021). Oleh karena itu, evaluasi *inner model* menjadi tahap krusial sebelum menarik kesimpulan akhir terhadap hipotesis penelitian.

A. Uji Kolinearitas

Uji kolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terjadi korelasi yang terlalu tinggi antarvariabel prediktor dalam model struktural. Kolinearitas yang tinggi (*multicollinearity*) dapat menyebabkan ketidakstabilan estimasi koefisien jalur, memperbesar nilai *standard error*, serta menurunkan ketepatan interpretasi hasil analisis (J. F. Hair et al., 2021). Jika kondisi ini terjadi, maka hubungan antarvariabel dapat terlihat tidak signifikan atau justru terdistorsi. Dalam PLS-SEM, kolinearitas dievaluasi menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF menunjukkan sejauh mana varians koefisien regresi meningkat akibat adanya korelasi antarvariabel independen. Semakin tinggi nilai VIF, semakin besar potensi terjadinya masalah kolinearitas. Mengacu pada Hair et al (2021), model dinyatakan tidak mengalami masalah kolinearitas apabila nilai $VIF \leq 5$. Beberapa literatur bahkan menyarankan batas yang lebih ketat, yaitu $\leq 3,3$, untuk memastikan model benar-benar bebas dari potensi bias. Dengan demikian, uji kolinearitas merupakan langkah awal yang penting sebelum menginterpretasikan hasil koefisien jalur.

Tabel 3.8 Kriteria Uji Kolinearitas

Nilai VIF	Keterangan
$VIF \geq 5$	Kemungkinan ada masalah kolinearitas serius.
$3 \leq VIF \leq 5$	Masalah kolinearitas yang tidak terlalu serius.
$VIF < 3$	Masalah kolinearitas tidak menjadi masalah serius.

--	--

B. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (*R-square* atau R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel eksogen mampu menjelaskan varians variabel endogen dalam model penelitian. Nilai R^2 menunjukkan proporsi varians konstruk endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh seluruh konstruk prediktor dalam model (J. F. Hair et al., 2021). Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Namun demikian, interpretasi nilai R^2 harus dilakukan secara proporsional karena nilainya juga dipengaruhi oleh jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Mengacu pada Chin W (1998), nilai R^2 sebesar 0,67 dikategorikan sebagai kuat, 0,33 sebagai moderat, dan 0,19 sebagai lemah. Kriteria ini membantu peneliti dalam menilai apakah model memiliki daya jelaskan yang memadai terhadap konstruk endogen yang dianalisis.

Tabel 3.9 Kriteria Uji R-Square menurut (Chin W, 1998)

Koefisien Determinasi (R^2)	Keterangan
$0,19 < R^2 < 0,33$	Lemah
$0,33 < R^2 < 0,67$	Moderat/sedang
$R^2 > 0,67$	Kuat

Selain itu, R^2 tidak hanya menunjukkan kekuatan model secara statistik, tetapi juga memberikan gambaran mengenai relevansi teoritis hubungan antarvariabel dalam menjelaskan perilaku atau fenomena yang diteliti.

C. Predictive Relevance (Q-Square)

Selain mengukur daya jelaskan melalui R^2 , kualitas model struktural juga dievaluasi berdasarkan kemampuan prediktifnya menggunakan nilai *Predictive Relevance* (Q^2). Nilai Q^2 diperoleh melalui prosedur *blindfolding*, yaitu teknik penghilangan sebagian data untuk kemudian diprediksi kembali oleh model (J. F. Hair et al., 2017). Nilai Q^2 digunakan untuk menilai sejauh mana model memiliki kemampuan prediktif terhadap indikator konstruk endogen. Model dikatakan memiliki relevansi prediktif apabila nilai $Q^2 > 0$. Semakin besar nilai Q^2 , semakin baik kemampuan model dalam memprediksi data observasi. Dengan demikian, Q^2 memberikan informasi tambahan mengenai kualitas model yang tidak hanya bergantung pada kemampuan menjelaskan varians, tetapi juga pada ketepatan prediksi.

D. Uji Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Uji koefisien jalur (*path coefficient*) dilakukan untuk mengetahui arah dan kekuatan pengaruh antarvariabel laten dalam model struktural. Nilai koefisien jalur (β) berada pada rentang -1 hingga $+1$. Nilai yang mendekati $+1$ menunjukkan hubungan positif yang kuat, sedangkan nilai yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat (J. F. Hair et al., 2021). Semakin besar nilai absolut koefisien, semakin kuat pengaruh antarvariabel yang diuji. Pengujian signifikansi hubungan dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*, yaitu teknik resampling yang menghasilkan distribusi empiris untuk menghitung nilai *T-statistic* dan *p-value*. Metode ini tidak mensyaratkan asumsi distribusi normal sehingga sangat sesuai digunakan dalam pendekatan PLS-SEM. Hipotesis penelitian dinyatakan signifikan apabila nilai *p-value* $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%. Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *T-statistic* terhadap nilai kritis 1,96 (two-tailed test) pada tingkat kepercayaan 95% (J. F. Hair et al., 2021). Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila *T-statistic* $> 1,96$, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel prediktor dan variabel endogen.

- b) Hipotesis nol (H_0) ditolak apabila $T\text{-statistic} < 1,96$, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Profil Responden

Pada bagian ini, peneliti menyajikan hasil analisis empiris mengenai pengaruh *environmental concern* terhadap *intention to adopt sustainable electric vehicle (EV)* dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang diperluas. Model penelitian ini menguji peran *environmental concern* sebagai variabel eksternal yang memengaruhi konstruk utama dalam TPB, yaitu *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*, serta dampaknya terhadap *intention to adopt sustainable EV*. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa faktor eksternal dapat memengaruhi niat perilaku melalui pembentukan sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol. Integrasi variabel lingkungan dalam model TPB juga didukung oleh penelitian Rezvani et al. (2015) dan Han et al. (2010) yang menunjukkan bahwa kepedulian terhadap isu lingkungan berperan penting dalam menjelaskan adopsi teknologi ramah lingkungan. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta distribusi jawaban pada masing-masing indikator variabel penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Data penelitian diperoleh dari 300 responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu individu yang memiliki pengetahuan, minat, atau pertimbangan terhadap penggunaan mobil listrik sebagai alternatif transportasi berkelanjutan. Jumlah

sampel tersebut telah memenuhi ketentuan minimum dalam analisis *PLS-SEM*, yaitu sepuluh kali jumlah jalur struktural terbesar yang mengarah pada suatu konstruk dalam model (J. F. Hair et al., 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform digital. Metode survei daring dipilih karena dinilai efektif dalam menjangkau responden dari berbagai wilayah geografis serta efisien dari segi waktu dan biaya (Sekaran & Bougie, 2016). Melalui pendekatan metodologis ini, penelitian diharapkan mampu memberikan bukti empiris mengenai bagaimana *environmental concern* memengaruhi *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*, serta bagaimana ketiga konstruk tersebut secara simultan membentuk *intention to adopt sustainable EV*. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perluasan *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan perilaku konsumsi berkelanjutan, khususnya dalam konteks pasar negara berkembang seperti Indonesia (Nguyen et al., 2017)

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Berdasarkan distribusi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 20–25 tahun dengan jumlah 143 orang (47,7%). Selanjutnya, responden berusia 26–30 tahun sebanyak 108 orang (36%), diikuti oleh responden berusia 31–35 tahun sebanyak 26 orang (8,7%). Responden yang berusia di bawah 20 tahun berjumlah 20 orang (3,7%), sedangkan kelompok usia 36–40 tahun dan di atas 40 tahun masing-masing berjumlah 6 orang (2%). Distribusi ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian didominasi oleh kelompok usia muda hingga usia produktif yang

umumnya memiliki keterbukaan yang lebih tinggi terhadap perkembangan teknologi dan inovasi baru.

Ditinjau dari jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 185 orang (61,7%), sedangkan responden perempuan berjumlah 115 orang (38,3%). Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi responden laki-laki dalam penelitian ini lebih besar dibandingkan dengan perempuan.

Berdasarkan tingkat pendapatan, sebagian besar responden memiliki pendapatan pada kisaran Rp 4.000.000 – Rp 7.000.000 yaitu sebanyak 111 orang (37%). Selanjutnya, responden dengan pendapatan Rp 7.000.000 – Rp 10.000.000 berjumlah 80 orang (26,7%), diikuti oleh responden dengan pendapatan di bawah Rp 4.000.000 sebanyak 56 orang (18,7%). Sementara itu, responden dengan pendapatan Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000 berjumlah 44 orang (14,7%), dan responden dengan pendapatan di atas Rp 20.000.000 sebanyak 9 orang (3%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok pendapatan menengah.

Ditinjau dari tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (S1) yaitu sebanyak 201 orang (67%). Selanjutnya, responden dengan pendidikan SMA berjumlah 47 orang (15,7%), diikuti pendidikan Diploma (D3) sebanyak 25 orang (8,3%), serta pendidikan Magister (S2) sebanyak 19 orang (6,3%). Responden dengan pendidikan SMP berjumlah 4 orang (1,3%), pendidikan S3 sebanyak 3 orang (1%), dan kategori lainnya sebanyak 1 orang (0,3%). Tingginya tingkat pendidikan responden menunjukkan

bahwa sebagian besar responden memiliki kemampuan pemahaman yang baik terhadap informasi dan perkembangan teknologi.

Selain itu, seluruh responden dalam penelitian ini mengetahui atau memahami tentang mobil listrik dengan jumlah 300 orang (100%). Hal yang sama juga terlihat pada variabel minat, di mana seluruh responden sebanyak 300 orang (100%) menyatakan memiliki minat, pertimbangan, atau rencana untuk membeli atau menggunakan mobil listrik di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat kesadaran dan ketertarikan terhadap penggunaan kendaraan listrik sehingga data yang diperoleh relevan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat terhadap mobil listrik.

Tabel 4.1 Kriteria Responden

Demografi	N	%
Usia		
<20 Tahun	20	3,7%
20-25 Tahun	143	47,7%
26-30 Tahun	108	36%
31–35 Tahun	26	8,7%
36–40 Tahun	6	2%
>40 Tahun	6	2%
Total	300	100%

Jenis Kelamin		
Laki-laki	185	61,7%
Perempuan	115	38,3%
Total	300	100%
Pendapatan		
< Rp 4.000.000	56	18,7%
Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	111	37%
Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	80	26,7%
Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	44	14,7%
> Rp 20.000.000	9	3%
Total	300	100%
Pendidikan		
SMP	4	1,3%
SMA	47	15,7%
D3	25	8,3%
S1	201	67%
S2	19	6,3%

S3	3	1%
Outher	1	0,3%
Total	300	100%
Mengetahui atau memahami tentang mobil listrik?		
Iya	300	100%
Tidak	0	0%
Total	300	100%
Memiliki minat, pertimbangan, atau rencana untuk membeli atau menggunakan mobil listrik di masa mendatang?		
Iya	300	100%
Tidak	0	0%
Total	300	100%

4.1.2 Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif merupakan tahapan awal yang penting dalam penelitian kuantitatif karena berfungsi untuk menggambarkan kondisi empiris data sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi karakteristik umum responden serta kecenderungan jawaban pada setiap indikator variabel yang diteliti. Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis deskriptif

digunakan untuk mengorganisasi, merangkum, dan menyajikan data sehingga pola umum dalam data dapat diidentifikasi secara sistematis dan mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif diterapkan pada variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, serta *intention to adopt sustainable EV*. Kelima variabel tersebut dianalisis untuk melihat kecenderungan persepsi responden terkait kepedulian lingkungan, sikap terhadap kendaraan listrik, pengaruh norma sosial, persepsi kontrol perilaku, serta niat untuk mengadopsi kendaraan listrik sebagai bentuk transportasi berkelanjutan. Hasil analisis ini memberikan gambaran awal mengenai bagaimana responden memandang kendaraan listrik dalam konteks keberlanjutan lingkungan. Agar interpretasi hasil lebih sistematis, peneliti menggunakan skala interpretasi yang disusun berdasarkan rentang interval nilai tertentu. Penggunaan interval ini bertujuan untuk mengklasifikasikan nilai rata-rata ke dalam kategori deskriptif, seperti sangat rendah hingga sangat tinggi, sehingga memudahkan dalam memahami tingkat kecenderungan persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Pendekatan ini umum digunakan dalam penelitian kuantitatif berbasis skala Likert, di mana data numerik dikonversi menjadi kategori interpretatif yang lebih informatif dan bermakna.

Dengan adanya klasifikasi tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi dominasi persepsi responden terhadap setiap konstruk dalam model *Theory of Planned Behavior* yang digunakan. Skala interpretasi yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.2 sebagai pedoman dalam membaca dan menafsirkan hasil analisis deskriptif.

Tabel 4.2 Skala Deskriptif Variabel

Interval	Kategori
1.00 - 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 - 2.60	Tidak Setuju
2.61 - 3.40	Netral
3.41 - 4.20	Setuju
4.21 - 5.00	Sangat Setuju

Penentuan interval dalam skala interpretasi didasarkan pada pendekatan yang umum digunakan dalam pengolahan data berbasis skala Likert. Azwar (2012) menjelaskan bahwa rentang kategori dapat dihitung dengan cara mengurangkan skor maksimum dan skor minimum, kemudian membaginya dengan jumlah kategori yang diinginkan. Teknik ini memungkinkan pembentukan batas interval yang proporsional dan konsisten dalam mengelompokkan nilai rata-rata responden. Melalui penerapan metode tersebut, hasil analisis deskriptif dapat diinterpretasikan secara lebih objektif dan terstruktur. Klasifikasi interval yang jelas membantu peneliti dalam mengidentifikasi tingkat kecenderungan persepsi responden terhadap variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, serta *intention to adopt sustainable EV*. Dengan demikian, interpretasi data tidak hanya bersifat numerik, tetapi juga mampu mencerminkan kecenderungan aktual dari jawaban responden secara lebih representatif dan bermakna.

4.1.2.1 Deskriptif Variabel *Attitude*

Pada item-item *Attitude* sebagian besar orang Sangat setuju, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.3 di bawah ini. Hasil analisis deskriptif pada variabel *Attitude* diindikasikan dalam Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Deskriptif Variabel *Attitude*

Kode	Item <i>Attitude</i>	Mean	Kategori
AT1	Saya percaya bahwa kendaraan listrik akan memberikan manfaat bagi lingkungan dalam jangka panjang	4.303	Sangat Setuju
AT2	Kendaraan listrik dapat mengurangi penggunaan bahan bakar fosil seperti bensin atau solar.	4.263	Sangat Setuju
AT3	Saya akan merasa puas terhadap diri saya sendiri jika membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	4.133	Setuju
AT4	Saya menyukai gagasan untuk memiliki kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	4.357	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

4.1.2.2 Deskriptif Variabel *Subjective norm*

Pada item-item *Subjective norm* sebagian besar orang setuju, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.4 di bawah ini. Hasil analisis deskriptif pada variabel *Subjective norm* diindikasikan dalam Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Deskriptif Variabel *Subjective norm*

Kode	Item <i>Subjective norm</i>	Mean	Kategori
SN1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya sebaiknya memilih kendaraan listrik jika membeli kendaraan dalam waktu dekat.	3.753	Setuju
SN2	Jika saya membeli kendaraan listrik, orang-orang yang penting bagi saya akan mendukung keputusan tersebut.	3.950	Setuju
SN3	Orang-orang yang penting bagi saya lebih menginginkan saya menggunakan kendaraan listrik yang ramah lingkungan dibandingkan kendaraan berbahan bakar bensin atau diesel.	3.927	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

4.1.2.3 Deskriptif Variabel *Perceived Behavioral Control*

Pada item-item *Perceived Behavioral Control* sebagian besar orang setuju, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.5 di bawah ini. Hasil analisis deskriptif pada variabel *Perceived Behavioral Control* diindikasikan dalam Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Deskriptif Variabel *Perceived Behavioral Control*

Kode	Item <i>Perceived Behavioral Control</i>	Mean	Kategori
PBC1	Saya merasa harga kendaraan listrik masih dalam batas kemampuan saya jika saya memutuskan	4.330	Sangat Setuju

	untuk membelinya.		
PBC2	Saya merasa mampu menanggung biaya perawatan dan perbaikan kendaraan listrik jika saya mengadopsinya.	4.183	Setuju
PBC3	Saya mengetahui di mana dan bagaimana cara membeli kendaraan listrik jika saya ingin memilikinya.	4.063	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

4.1.2.4 Deskriptif Variabel *Environmental concern*

Pada item-item *Environmental concern* sebagian besar orang setuju, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.6 di bawah ini. Hasil analisis deskriptif pada variabel *Environmental concern* diindikasikan dalam Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6 Deskriptif Variabel *Environmental concern*

Kode	Item <i>Environmental concern</i>	Mean	Kategori
EC1	Saya merasa peduli terhadap berbagai permasalahan lingkungan yang terjadi saat ini.	3.967	Setuju
EC2	Saya percaya bahwa masyarakat perlu mengubah perilakunya untuk mengurangi perubahan iklim dan melindungi lingkungan.	3.950	Setuju
EC3	Saya merasa bahwa perubahan iklim merupakan ancaman bagi saya dan keluarga saya.	3.880	Setuju

EC4	Saya menilai bahwa permasalahan lingkungan semakin serius dalam beberapa tahun terakhir.	3.803	Setuju
------------	--	-------	--------

Sumber: Data diolah (2026)

4.1.2.5 Deskriptif Variabel *Intention to adopt sustainable EV*

Pada item-item *Intention to adopt sustainable electric vehicle* sebagian besar orang setuju, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.7 di bawah ini. Hasil analisis deskriptif pada variabel *Intention to adopt sustainable electric vehicle* diindikasikan dalam Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Deskriptif Variabel *Intention to adopt sustainable electric vehicle*

Kode	Item <i>Intention to adopt sustainable EV</i>	Mean	Kategori
ISE1	Saya memiliki niat untuk menggunakan kendaraan listrik dalam waktu dekat.	4.247	Sangat Setuju
ISE2	Pada pembelian kendaraan berikutnya, saya akan mempertimbangkan untuk membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.	4.207	Setuju
ISE3	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan kendaraan listrik kepada orang lain.	4.223	Sangat Setuju
ISE4	Saya tetap bersedia membeli kendaraan listrik meskipun kualitasnya sedikit lebih rendah dibandingkan kendaraan konvensional.	4.167	Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

4.1.3 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap seluruh konstruk dalam penelitian ini guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Evaluasi ini penting untuk menjamin bahwa setiap indikator benar-benar merepresentasikan konstruk laten yang diteliti serta memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini meliputi *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable EV*. Proses pengujian dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* melalui pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi model pengukuran (*outer model*) secara komprehensif, termasuk pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk secara simultan. Dengan demikian, kualitas instrumen dapat dipastikan sebelum dilakukan analisis pada model struktural (*inner model*). Pengujian ini didasarkan pada data yang diperoleh dari 300 responden yang memenuhi kriteria penelitian, sehingga hasil evaluasi diharapkan mampu merepresentasikan kondisi empiris secara lebih akurat. Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam setiap konstruk memiliki kemampuan yang memadai dalam mengukur konsep yang dimaksud. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator dalam satu variabel memiliki konsistensi internal yang

baik, sehingga instrumen penelitian dapat menghasilkan pengukuran yang stabil dan dapat dipercaya.

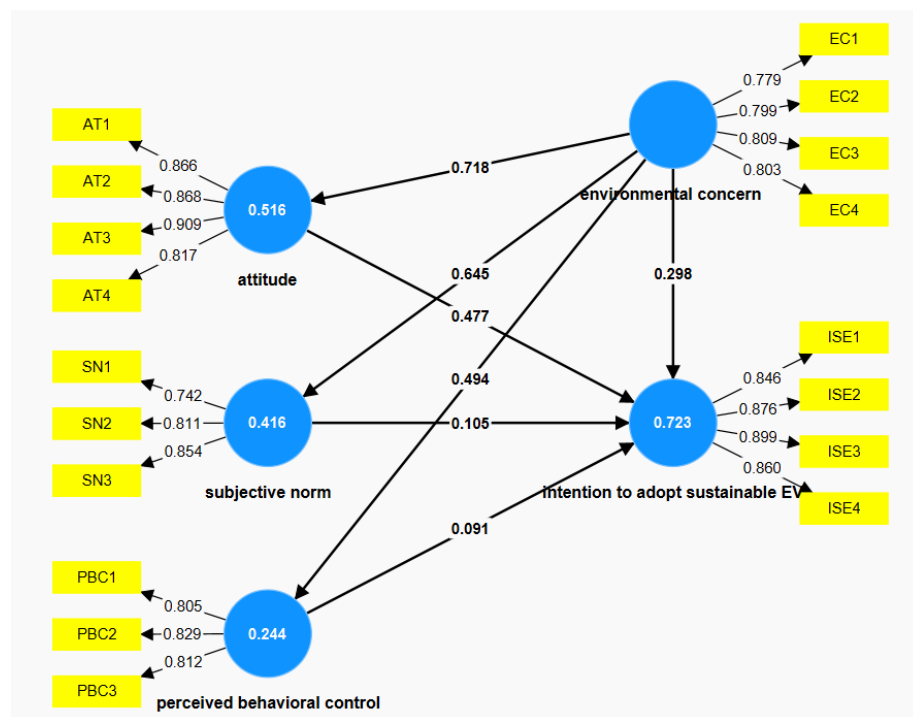
Melalui tahapan pengujian ini, penelitian memastikan bahwa seluruh konstruk dalam model *Theory of Planned Behavior* yang diperluas dengan variabel *environmental concern* telah memenuhi standar kualitas pengukuran sebelum dilakukan pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

4.1.3.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, evaluasi validitas konstruk dilakukan melalui dua jenis pengujian utama, yaitu *validitas konvergen* dan *validitas diskriminan*. Pengujian ini merupakan bagian dari evaluasi *outer model* dalam pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Validitas konvergen bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam satu konstruk memiliki tingkat korelasi yang tinggi dan secara konsisten mampu merefleksikan konsep laten yang sama. Dengan demikian, pengujian ini menilai sejauh mana setiap indikator benar-benar merepresentasikan variabel yang diukur, seperti *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable EV*. Penilaian validitas konvergen umumnya dilakukan dengan mengacu pada beberapa kriteria statistik, yaitu nilai *outer loading*, nilai *average variance extracted (AVE)*, serta nilai *composite reliability*. Indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai *outer loading* yang memadai, sedangkan konstruk dianggap valid apabila nilai AVE melebihi batas minimum yang direkomendasikan. Selain itu, *composite reliability* digunakan untuk memperkuat penilaian bahwa indikator-

indikator dalam suatu konstruk memiliki konsistensi yang baik dalam menjelaskan variabel laten.

Hasil pengujian validitas konvergen dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 4.1, yang memperlihatkan besarnya kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruknya. Melalui hasil tersebut, peneliti dapat mengevaluasi apakah setiap variabel dalam model *Theory of Planned Behavior* yang diperluas telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Apabila terdapat indikator dengan nilai yang belum memenuhi standar, maka diperlukan pertimbangan lebih lanjut untuk memastikan kualitas model pengukuran sebelum dilanjutkan pada tahap analisis struktural.



Gambar 4.1 Model Pengukuran Outer.

Dalam pengujian *validitas konvergen*, terdapat dua ukuran utama yang digunakan sebagai dasar evaluasi, yaitu nilai *outer loading* dan *Average Variance*

Extracted (AVE). Kedua indikator ini berperan penting dalam menilai sejauh mana setiap item pernyataan mampu merefleksikan konstruk laten yang diukur dalam model penelitian, seperti *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable EV*. Nilai AVE digunakan untuk mengukur proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Mengacu pada Hair (2014), suatu konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen apabila nilai AVE mencapai minimal 0,50. Nilai tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator berhasil dijelaskan oleh variabel laten yang bersangkutan, sehingga konstruk dapat dikatakan memiliki tingkat validitas yang memadai.

Selain AVE, evaluasi juga dilakukan melalui nilai *outer loading*, yang menggambarkan kekuatan hubungan antara masing-masing indikator dengan konstraknya. Semakin tinggi nilai *outer loading*, semakin besar kontribusi indikator tersebut dalam merepresentasikan variabel laten. Secara umum, indikator dengan nilai *outer loading* yang tinggi menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut relevan dan layak dipertahankan dalam model pengukuran. Adapun hasil pengujian nilai *outer loading* untuk seluruh indikator dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.8. Tabel tersebut memberikan informasi mengenai tingkat kelayakan masing-masing item dalam mengukur konstruk pada model *Theory of Planned Behavior* yang diperluas, sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan apakah model pengukuran telah memenuhi standar validitas konvergen sebelum dilanjutkan pada tahap analisis struktural.

Tabel 4.8 Outer Loading

	attitude	environmental concern	intention to adopt sustainable EV	perceived behavioral control	subjective norm
AT1	0.866				
AT2	0.868				
AT3	0.909				
AT4	0.817				
EC1		0.779			
EC2		0.799			
EC3		0.809			
EC4		0.803			
ISE1			0.846		
ISE2			0.876		
ISE3			0.899		
ISE4			0.860		
PBC1				0.805	
PBC2				0.829	

PBC3				0.812	
SN1					0.742
SN2					0.811
SN3					0.854

Sumber: Olah Data (2026)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.8, seluruh indikator dalam penelitian ini menunjukkan nilai *loading factor* di atas batas minimum yang direkomendasikan, yaitu 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki kemampuan yang memadai dalam merefleksikan konstruk laten yang diukur, baik pada variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, maupun *intention to adopt sustainable EV*. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dinilai memiliki keterkaitan yang cukup kuat dengan variabelnya masing-masing. Terpenuhinya kriteria *validitas konvergen* ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian telah mampu mengukur konsep yang dimaksud secara tepat. Kondisi tersebut menjadi landasan penting dalam memastikan kualitas model pengukuran sebelum dilakukan analisis lanjutan. Apabila indikator telah memenuhi standar validitas konvergen, maka konstruk dapat dianggap representatif dan layak digunakan dalam pengujian hubungan antarvariabel pada tahap berikutnya.

Oleh karena itu, setelah seluruh indikator dinyatakan valid secara konvergen, proses evaluasi dapat dilanjutkan pada pengujian *reliabilitas konstruk*

dan *validitas diskriminan* sebagai bagian dari penyempurnaan evaluasi *outer model*. Selanjutnya, apabila seluruh kriteria pengukuran terpenuhi, analisis dapat diteruskan pada pengujian model struktural (*inner model*) untuk menguji hipotesis dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* yang diperluas.

Tabel 4.9 Average Variance Extracted

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Attitude	0.750
Environmental Concern	0.636
Intention to Adopt Sustainable EV	0.758
Perceived Behavioral Control	0.665
Subjective Norm	0.646

Sumber: Olah Data (2026)

Berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 4.9, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas ambang batas minimum 0,50. Temuan ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel, yaitu *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable EV*, mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang merefleksikannya. Dengan demikian, seluruh konstruk dapat dinyatakan telah memenuhi kriteria *validitas konvergen* sesuai dengan standar evaluasi dalam *PLS-SEM*. Setelah validitas konvergen terpenuhi, tahap berikutnya adalah pengujian *validitas diskriminan*. Pengujian ini

bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar memiliki karakteristik yang unik dan tidak tumpang tindih secara konseptual dengan konstruk lainnya. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan korelasi antar konstruk serta memastikan bahwa indikator lebih kuat berkorelasi dengan konstruksya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain dalam model. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan dalam pengujian validitas diskriminan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk dalam model *Theory of Planned Behavior* yang diperluas memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan dirinya dari konstruk lainnya. Dengan terpenuhinya validitas diskriminan, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki ketepatan konseptual dalam mengukur masing-masing variabel secara terpisah dan jelas.

Rincian hasil pengujian validitas diskriminan selanjutnya disajikan pada Tabel 4.10 sebagai dasar evaluasi lanjutan terhadap kualitas model pengukuran sebelum dilakukan analisis pada model struktural.

Tabel 4.10 Fornell-Larcker Criterion

	attitude	environmental concern	intention to adopt sustainable EV	perceived behavioral control	subjective norm
attitude	0.866				
environmental concern	0.718	0.798			

intention to adopt sustainable EV	0.805	0.753	0.871		
perceived behavioral control	0.522	0.494	0.534	0.815	
subjective norm	0.635	0.645	0.640	0.450	0.804

Sumber: Olah Data (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan yang disajikan pada Tabel 4.10, evaluasi dilakukan dengan menggunakan kriteria *Fornell–Larcker* untuk menilai sejauh mana masing-masing konstruk dalam model penelitian dapat dibedakan secara jelas satu sama lain. Nilai yang terdapat pada diagonal tabel (0.866; 0.798; 0.871; 0.815; 0.804) merupakan akar kuadrat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap konstruk. Nilai AVE menunjukkan proporsi varians indikator yang mampu dijelaskan oleh konstruk dibandingkan dengan varians yang berasal dari kesalahan pengukuran. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50. Selain itu, validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi apabila nilai akar kuadrat AVE pada diagonal lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya.

Nilai yang berada di luar diagonal tabel menunjukkan tingkat korelasi antar konstruk yang berbeda. Berdasarkan kriteria *Fornell–Larcker*, suatu konstruk dinilai memiliki validitas diskriminan yang memadai apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lainnya dalam model. Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel, seluruh konstruk telah memenuhi kriteria tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik.

Sebagai ilustrasi, konstruk *attitude* memiliki nilai diagonal sebesar 0.866 yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lain, yaitu *environmental concern* (0.718), *intention to adopt sustainable EV* (0.805), *perceived behavioral control* (0.522), dan *subjective norm* (0.635). Konstruk *environmental concern* memiliki nilai diagonal sebesar 0.798 yang juga lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan *attitude* (0.718), *intention to adopt sustainable EV* (0.753), *perceived behavioral control* (0.494), dan *subjective norm* (0.645). Konstruk *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan nilai diagonal sebesar 0.871 yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan *attitude* (0.805), *environmental concern* (0.753), *perceived behavioral control* (0.534), dan *subjective norm* (0.640).

Selanjutnya, konstruk *perceived behavioral control* memiliki nilai diagonal sebesar 0.815 yang lebih besar dibandingkan korelasinya dengan *attitude* (0.522), *environmental concern* (0.494), *intention to adopt sustainable EV* (0.534), serta *subjective norm* (0.450). Konstruk *subjective norm* juga memenuhi kriteria validitas diskriminan dengan nilai diagonal sebesar 0.804 yang lebih

tinggi dibandingkan korelasinya dengan *attitude* (0.635), *environmental concern* (0.645), *intention to adopt sustainable EV* (0.640), dan *perceived behavioral control* (0.450). Hasil ini menunjukkan bahwa setiap konstruk lebih berkorelasi kuat dengan indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya sehingga seluruh konstruk dalam model penelitian dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa kriteria *validitas diskriminan* telah terpenuhi. Oleh karena itu, model pengukuran dalam penelitian ini dinyatakan memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan antar konstruk, sehingga layak untuk dilanjutkan ke tahap evaluasi berikutnya, yaitu pengujian reliabilitas konstruk dan analisis model struktural.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Mengacu pada Hair et al (2021), evaluasi reliabilitas konstruk dalam penelitian berbasis *PLS-SEM* dilakukan dengan menggunakan dua indikator utama, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*. Kedua ukuran ini digunakan sebagai pelengkap pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Reliabilitas menjadi aspek penting karena menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu variabel mampu menghasilkan pengukuran yang stabil dan konsisten.

Hair et al (2021) menjelaskan bahwa nilai reliabilitas pada kisaran 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima dalam penelitian yang bersifat eksploratif.

Sementara itu, nilai antara 0,70 hingga 0,90 menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik hingga sangat baik. Namun demikian, dalam konteks *PLS-SEM*, *Composite Reliability* seringkali lebih direkomendasikan dibandingkan *Cronbach's Alpha*, karena ukuran ini mempertimbangkan bobot aktual masing-masing indikator dalam model, sehingga memberikan estimasi reliabilitas yang lebih akurat.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menetapkan batas minimum reliabilitas sebesar 0,70, khususnya pada nilai *Composite Reliability*. Apabila setiap konstruk memenuhi atau melampaui batas tersebut, maka variabel seperti *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable EV* dapat dinyatakan memiliki konsistensi internal yang baik dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam model struktural.

Tabel 4.11 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)
attitude	0.888	0.923
environmental concern	0.809	0.875
intention to adopt sustainable EV	0.893	0.926
perceived behavioral control	0.748	0.856
subjective norm	0.727	0.845

Sumber: Olah Data (2026)

Mengacu pada Tabel 4.11, nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk telah memenuhi standar reliabilitas. Konstruk *attitude* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.888, sedangkan konstruk *environmental concern* memperoleh nilai sebesar 0.809. Konstruk *intention to adopt sustainable EV* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.893, yang juga berada pada kategori reliabel. Sementara itu, konstruk *perceived behavioral control* dan *subjective norm* masing-masing memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.748 dan 0.727, yang masih berada di atas batas minimum reliabilitas yang direkomendasikan.

Selain itu, seluruh nilai *Composite Reliability* (CR) juga menunjukkan hasil yang memadai karena berada di atas ambang batas 0,70. Konstruk *attitude* memiliki nilai CR sebesar 0.923, konstruk *environmental concern* sebesar 0.875, konstruk *intention to adopt sustainable EV* sebesar 0.926, konstruk *perceived behavioral control* sebesar 0.856, dan konstruk *subjective norm* sebesar 0.845. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel yang diteliti.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas, baik berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* maupun *Composite Reliability*. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

4.1.4 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah model pengukuran (*outer model*) dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, tahap selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural (*inner model*). Evaluasi ini bertujuan untuk menguji kekuatan dan arah hubungan antar konstruk dalam penelitian, khususnya pengaruh *environmental concern* terhadap *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*, serta dampaknya terhadap *intention to adopt sustainable EV*.

Salah satu indikator utama dalam evaluasi *inner model* adalah nilai *R-Square* (R^2) pada variabel endogen. Nilai R^2 digunakan untuk menilai sejauh mana variabel-variabel eksogen mampu menjelaskan varians konstruk dependen dalam model. Semakin besar nilai R^2 , semakin tinggi kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, nilai R^2 pada konstruk *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan seberapa besar kontribusi *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, serta *environmental concern* dalam menjelaskan niat adopsi kendaraan listrik.

Selain itu, pengujian kolinearitas juga dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terjadi korelasi yang berlebihan antar variabel prediktor dalam model. Kolinearitas yang tinggi dapat mengganggu stabilitas estimasi koefisien jalur dan memengaruhi interpretasi hasil analisis. Evaluasi ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*). Mengacu pada Hair et al. (2021), nilai *VIF* di bawah 5 menunjukkan tidak adanya masalah kolinearitas yang serius, sementara nilai di bawah 3 dianggap lebih ideal. Apabila seluruh nilai *VIF* berada

dalam batas toleransi tersebut, maka variabel independen dapat dianalisis secara simultan tanpa menimbulkan distorsi estimasi.

Selanjutnya, kualitas prediktif model juga dievaluasi melalui nilai *Q-Square* (Q^2) yang diperoleh menggunakan prosedur *blindfolding*. Nilai Q^2 mengukur kemampuan model dalam memprediksi data observasi yang tidak digunakan secara langsung dalam proses estimasi parameter. Menurut Chin (1998), nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang memadai. Semakin tinggi nilai Q^2 , semakin baik kemampuan model dalam memprediksi konstruk endogen.

Hubungan antar konstruk dalam model dianalisis melalui nilai *path coefficient*, yang menunjukkan arah (positif atau negatif) dan kekuatan pengaruh antarvariabel. Signifikansi koefisien jalur diuji melalui prosedur *bootstrapping*, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh yang dihipotesiskan benar-benar signifikan secara statistik. Koefisien yang signifikan dan searah dengan hipotesis memberikan bukti empiris bahwa hubungan antarvariabel dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* yang diperluas memang terjadi.

4.1.4.1 Uji Kolinearitas

Uji kolinearitas merupakan tahapan penting dalam evaluasi *inner model* untuk memastikan bahwa tidak terdapat hubungan yang terlalu kuat antar variabel prediktor dalam model struktural. Kolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi koefisien jalur serta mengurangi ketepatan interpretasi hasil analisis (J. F. Hair et al., 2021). Oleh karena itu, pengujian ini

diperlukan sebelum menarik kesimpulan mengenai pengaruh antar konstruk dalam model *Theory of Planned Behavior* yang diperluas. Dalam pendekatan *PLS-SEM*, kolinearitas dievaluasi dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai VIF menunjukkan seberapa besar varians koefisien regresi meningkat akibat adanya korelasi antar variabel independen. Model dinyatakan tidak mengalami permasalahan kolinearitas apabila nilai VIF berada di bawah batas maksimum 5. Beberapa literatur bahkan merekomendasikan batas yang lebih ketat, yaitu di bawah 3, sebagai kondisi yang lebih ideal (J. F. Hair et al., 2021). Selain itu, tingkat toleransi di atas 0,20 juga mengindikasikan bahwa tidak terjadi korelasi berlebihan antarvariabel.

Nilai VIF yang tinggi mengisyaratkan adanya tumpang tindih informasi antar konstruk atau indikator, yang berpotensi mengganggu akurasi estimasi parameter dalam model. Apabila ditemukan nilai $VIF \geq 5$, maka perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut, termasuk mempertimbangkan penghapusan indikator yang memiliki kemiripan makna yang terlalu kuat atau redundansi konseptual (J. F. . Hair, 2014). Dengan demikian, pengujian kolinearitas menjadi langkah preventif untuk menjaga stabilitas dan validitas estimasi hubungan antarvariabel dalam model struktural penelitian ini.

Tabel 4.12 Uji Nilai VIF

KOD		KOD		KOD		KOD		KOD	
E	VIF	E	VIF	E	VIF	E	VIF	E	VIF
AT1	2.487	EC1	1.58	ISE1	2.13	PBC1	1.40	SN1	1.33
			3		5		1		9

AT2	2.652	EC2	1.63 8	ISE2	2.65 6	PBC2	1.61 5	SN2	1.49 5
AT3	3.153	EC3	1.88 9	ISE3	3.21 0	PBC3	1.52 9	SN3	1.51 3
AT4	2.061	EC4	1.85 2	ISE4	2.45 9				

Sumber: Olah Data (2026)

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, seluruh konstruk menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang berada di bawah batas maksimal yang direkomendasikan, sehingga tidak ditemukan indikasi adanya masalah multikolinearitas yang dapat memengaruhi kestabilan model penelitian. Nilai VIF pada masing-masing indikator sebagaimana disajikan dalam Tabel 4.12 berada pada rentang 1.339 hingga 3.210. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat korelasi antar indikator masih berada dalam batas yang dapat diterima dalam analisis menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS).

Secara lebih rinci, indikator pada konstruk *attitude* memiliki nilai VIF yang berkisar antara 2.061 hingga 3.153. Sementara itu, indikator pada konstruk *environmental concern* menunjukkan nilai VIF antara 1.583 hingga 1.889. Pada konstruk *intention to adopt sustainable EV*, nilai VIF indikator berada pada kisaran 2.135 hingga 3.210. Selanjutnya, indikator pada konstruk *perceived behavioral control* memiliki nilai VIF yang relatif lebih rendah, yaitu antara 1.401

hingga 1.615. Adapun indikator pada konstruk *subjective norm* menunjukkan nilai VIF antara 1.339 hingga 1.513.

Berdasarkan keseluruhan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator berada dalam tingkat kolinearitas yang aman karena nilai VIF masih berada di bawah ambang batas yang direkomendasikan. Dengan demikian, model penelitian ini tidak mengalami permasalahan multikolinearitas dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya untuk menguji hubungan antar variabel dalam model struktural.

4.1.4.2 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Nilai R^2 atau *R-square* merupakan salah satu ukuran utama dalam evaluasi model struktural (*inner model*) yang digunakan untuk menilai kemampuan penjelasan dan prediksi konstruk endogen oleh konstruk eksogen dalam suatu model. Koefisien ini menunjukkan proporsi varians pada variabel dependen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel independen. Dengan kata lain, R^2 menggambarkan seberapa besar kontribusi kolektif konstruk eksogen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada konstruk endogen dalam model penelitian. Secara teknis, nilai R^2 diperoleh dari kuadrat korelasi antara nilai aktual dan nilai prediksi dari konstruk endogen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, nilai R^2 digunakan untuk mengevaluasi seberapa kuat *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dalam menjelaskan variabel endogen, khususnya *intention to adopt sustainable EV*.

Seluruh konstruk endogen dalam penelitian ini telah dianalisis menggunakan nilai R^2 untuk mengukur tingkat efektivitas model struktural. Hasil perhitungan R^2 untuk masing-masing variabel disajikan pada Tabel 4.13. Nilai-nilai tersebut memberikan gambaran mengenai tingkat daya jelaskan model, apakah berada dalam kategori lemah, moderat, atau kuat sesuai dengan kriteria evaluasi dalam analisis *PLS-SEM*.

Tabel 4.13 Hasil *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
attitude	0.516	0.514
intention to adopt sustainable EV	0.723	0.720
perceived behavioral control	0.244	0.241
subjective norm	0.416	0.414

Sumber: Olah Data (2026)

Berdasarkan Tabel 4.13, nilai *R-Square* menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Konstruk *attitude* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.516, yang berarti bahwa 51,6% variabilitas pada konstruk tersebut dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang memengaruhinya dalam model penelitian. Sementara itu, sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya, konstruk *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0.723. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 72,3% variabilitas pada konstruk tersebut dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang terdapat dalam model penelitian. Dengan demikian, masih terdapat sekitar 27,7% variabilitas yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Konstruk *perceived behavioral control* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.244, yang berarti bahwa 24,4% variabilitas konstruk tersebut mampu dijelaskan oleh variabel-variabel yang memengaruhinya dalam model penelitian. Sementara itu, sebesar 75,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Adapun konstruk *subjective norm* menunjukkan nilai *R-Square* sebesar 0.416. Hal ini menunjukkan bahwa 41,6% variabilitas pada konstruk tersebut dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model penelitian, sedangkan 58,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik dalam menerangkan variabilitas pada konstruk yang diteliti, meskipun masih terdapat sejumlah variabel lain di luar model yang berpotensi memengaruhi konstruk-konstruk tersebut.

4.1.4.3 Relevansi Prediktif (*Q-Square*)

Nilai Q^2 atau *Q-Square* merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengevaluasi relevansi prediktif model struktural dalam pendekatan *PLS*-

SEM. Ukuran ini berfungsi untuk menilai sejauh mana model mampu memprediksi nilai konstruk endogen berdasarkan data empiris yang tersedia (Jr. J. f. Hair et al., 2017). Meskipun Q^2 tidak digunakan sebagai parameter utama dalam proses estimasi model, indikator ini memberikan informasi tambahan mengenai kualitas prediksi model terhadap variabel dependen.

Dalam analisis *PLS-SEM*, nilai Q^2 diperoleh melalui prosedur *blindfolding*, nilai Q^2 yang lebih besar dari nol ($Q^2 > 0$) menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif terhadap konstruk endogen yang diuji. Sebaliknya, apabila nilai Q^2 kurang dari atau sama dengan nol, maka model dinilai tidak memiliki kemampuan prediksi yang memadai. Semakin tinggi nilai Q^2 , semakin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel endogen.

Dalam penelitian ini, penghitungan Q^2 dilakukan terhadap seluruh konstruk endogen, khususnya *intention to adopt sustainable EV*, guna mengevaluasi sejauh mana variabel seperti *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* mampu memberikan prediksi yang akurat. Hasil pengujian nilai Q^2 untuk masing-masing konstruk disajikan pada Tabel 4.14, yang memberikan gambaran mengenai tingkat ketepatan dan kualitas prediktif model struktural secara keseluruhan.

Tabel 4.14 Hasil Uji Q -Square

Variabel	<i>Q-Square (Q^2) predict</i>
attitude	0.383
environmental concern	0.000

intention to adopt sustainable EV	0.541
perceived behavioral control	0.157
subjective norm	0.261

Sumber: Olah Data (2026)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.14, dapat diketahui bahwa konstruk *attitude* memiliki nilai *Q-Square* (Q^2 predict) sebesar 0.383. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan variabilitas pada konstruk tersebut karena nilainya berada di atas nol. Dengan demikian, model dapat dikatakan memiliki relevansi prediktif terhadap konstruk *attitude*.

Selanjutnya, konstruk *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan nilai *Q-Square* sebesar 0.541. Nilai ini mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang cukup kuat terhadap variabel tersebut. Nilai yang relatif tinggi ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model mampu menjelaskan dan memprediksi variabilitas konstruk *intention to adopt sustainable EV* dengan baik.

Konstruk *perceived behavioral control* memiliki nilai *Q-Square* sebesar 0.157. Meskipun nilainya lebih rendah dibandingkan beberapa konstruk lainnya, nilai tersebut tetap berada di atas nol sehingga menunjukkan bahwa model masih memiliki relevansi prediktif terhadap konstruk ini. Sementara itu, konstruk *subjective norm* memiliki nilai *Q-Square* sebesar 0.261, yang juga

mengindikasikan bahwa model mampu memberikan prediksi yang cukup baik terhadap variabel tersebut.

Di sisi lain, konstruk *environmental concern* menunjukkan nilai *Q-Square* sebesar 0.000. Nilai ini menunjukkan bahwa model tidak memiliki kemampuan prediktif terhadap konstruk tersebut. Kondisi ini dapat terjadi karena variabel tersebut tidak diperlakukan sebagai variabel endogen dalam model atau tidak dipengaruhi oleh konstruk lain dalam model struktural penelitian.

Secara keseluruhan, nilai *Q-Square* yang positif pada sebagian besar konstruk endogen menunjukkan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang memadai sesuai dengan kriteria dalam analisis *PLS-SEM*. Dengan demikian, model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan mampu memprediksi data empiris dengan cukup baik.

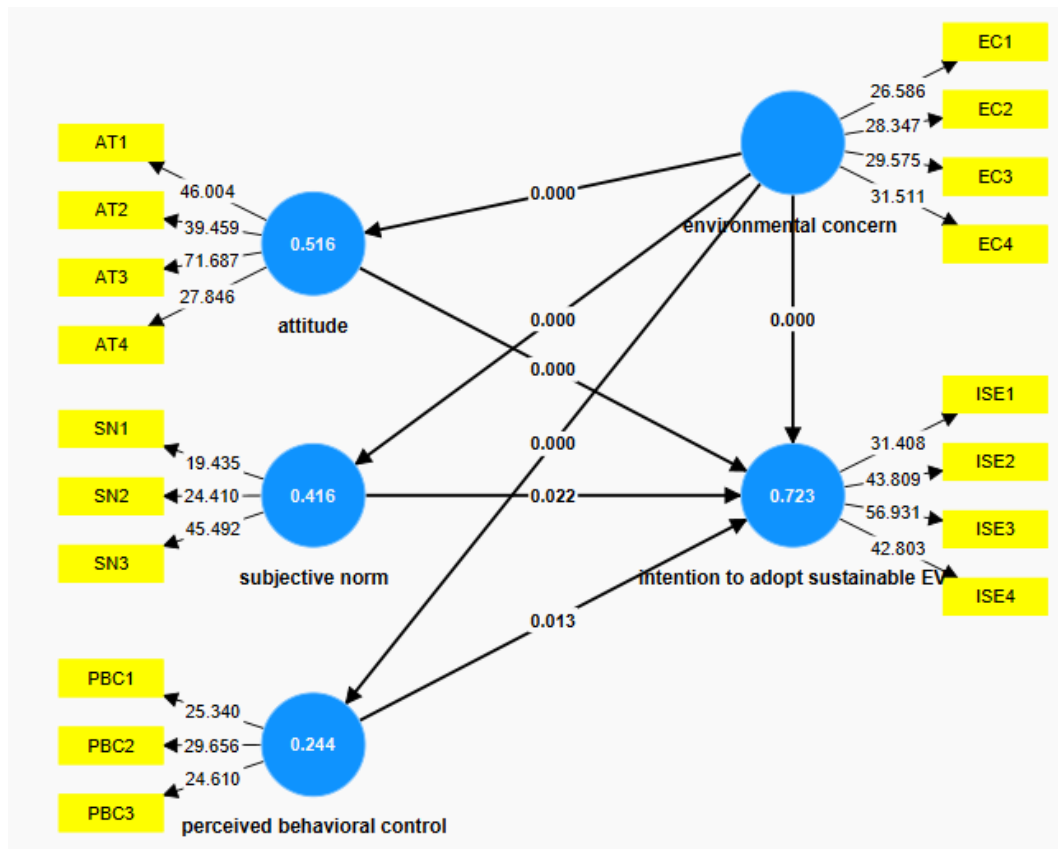
4.1.4.4 Koefisiensi Jalur (Pengujian Hipotesis)

Koefisien jalur (*path coefficient*) merupakan parameter utama dalam evaluasi model struktural yang digunakan untuk mengukur arah dan besarnya pengaruh antar konstruk laten. Nilai ini menjadi dasar dalam pengujian hipotesis karena menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* yang diperluas. Dalam penelitian ini, estimasi koefisien jalur diperoleh melalui prosedur *bootstrapping* menggunakan aplikasi *SmartPLS*.

Proses *bootstrapping* dilakukan untuk menguji signifikansi statistik dari setiap hubungan antarvariabel dengan menghasilkan nilai *t-statistic* dan *p-value*.

Melalui teknik resampling ini, dapat diketahui apakah pengaruh yang dihipotesiskan seperti pengaruh *environmental concern* terhadap *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*, serta dampaknya terhadap *intention to adopt sustainable EV* benar-benar signifikan secara empiris. Berdasarkan hasil *bootstrapping* yang telah diperoleh, seluruh hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antar konstruk dalam model memiliki kekuatan pengaruh yang nyata dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian, model struktural yang dikembangkan mampu menjelaskan keterkaitan antarvariabel sesuai dengan kerangka teoritis yang digunakan.

Visualisasi hasil pengujian model struktural melalui prosedur *bootstrapping* disajikan pada Gambar 4.2. Gambar tersebut menampilkan nilai koefisien jalur beserta tingkat signifikansinya, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai arah dan kekuatan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.



Gambar 4.2 Bootstrapping Uji Model Struktural.

Sumber: Data Primer (2026)

Hasil pengujian ini konsisten dengan pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al. (2017), yang menyatakan bahwa suatu hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistic* melebihi 1,96 pada tingkat signifikansi 5% (*two-tailed test*) dan nilai *P-value* berada di bawah 0,05. Kedua parameter tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan apakah hubungan antar konstruk dalam model struktural memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Dalam penelitian ini, seluruh hubungan yang dihipotesiskan memenuhi kriteria tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa data empiris mendukung seluruh hipotesis yang diajukan. Artinya, pengaruh antara *environmental concern*, *attitude*, *subjective*

norm, dan *perceived behavioral control* terhadap *intention to adopt sustainable EV* terbukti signifikan sesuai dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* yang diperluas. Rincian lengkap mengenai hasil pengujian koefisien jalur, termasuk nilai *T-statistic* dan *P-value* untuk masing-masing hubungan antarvariabel, disajikan pada Tabel 4.15. Tabel tersebut memberikan gambaran komprehensif mengenai tingkat signifikansi dan kekuatan pengaruh setiap jalur dalam model struktural penelitian ini.

Tabel 4.15 Hasil Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
environmental concern -> subjective norm	0.645	0.644	0.048	13.508	0.000	H1 Didukung
subjective norm -> intention to adopt sustainable EV	0.105	0.104	0.046	2.290	0.022	H2 Didukung
environmental concern -> attitude	0.718	0.715	0.040	18.145	0.000	H3 Didukung
attitude -> intention to adopt sustainable EV	0.477	0.476	0.051	9.356	0.000	H4 Didukung

environmental concern -> perceived behavioral control	0.494	0.490	0.070	7.084	0.000	H5 Didukung
perceived behavioral control -> intention to adopt sustainable EV	0.091	0.091	0.037	2.474	0.013	H6 Didukung
environmental concern -> intention to adopt sustainable EV	0.298	0.298	0.046	6.476	0.000	H7 Didukung

Sumber: Olah Data (2026)

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh environmental concern terhadap subjective norm

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *environmental concern* terhadap *subjective norm* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.645 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 13.508 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.000. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis dalam analisis *PLS-SEM*, nilai *T-statistics* yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel bersifat signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, hipotesis

pertama (H1) yang menyatakan bahwa *environmental concern* berpengaruh positif terhadap *subjective norm* dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan kajian teori yang dijelaskan pada Bab II bahwa individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung lebih peka terhadap nilai-nilai sosial yang mendukung perilaku berkelanjutan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan dapat memperkuat norma sosial yang dirasakan dalam pengambilan keputusan perilaku ramah lingkungan (Bamberg, 2003). Selain itu, Stern (2000) menyatakan bahwa nilai dan kepedulian terhadap lingkungan mampu membentuk norma sosial yang mendorong individu untuk mengambil keputusan yang lebih berkelanjutan. Penelitian oleh Han et al. (2010) juga menemukan bahwa *environmental concern* berperan penting dalam membentuk norma subjektif dalam konteks perilaku pro-lingkungan. Dengan demikian, individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung lebih sensitif terhadap ekspektasi sosial terkait perilaku yang ramah lingkungan.

Dalam perspektif teori utama penelitian ini, yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), *subjective norm* merupakan salah satu determinan utama yang mempengaruhi niat perilaku. Norma subjektif menggambarkan persepsi individu mengenai tekanan sosial dari orang-orang penting di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau lingkungan sosial, untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam konteks penelitian ini, kepedulian terhadap lingkungan dapat memperkuat persepsi individu mengenai dukungan sosial terhadap penggunaan kendaraan listrik

sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan. Dengan kata lain, individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung merasa bahwa lingkungan sosialnya juga mendukung perilaku yang berorientasi pada keberlanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa *environmental concern* merupakan faktor penting yang dapat memperkuat terbentuknya *subjective norm*. Semakin tinggi tingkat kepedulian individu terhadap isu lingkungan, maka semakin kuat pula persepsi mereka terhadap dukungan sosial dalam melakukan perilaku yang ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan tidak hanya memengaruhi sikap individu, tetapi juga berperan dalam membentuk norma sosial yang mendorong perilaku berkelanjutan.

4.2.2 Pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to adopt sustainable EV*

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *subjective norm* terhadap *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.105 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 2.290 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.022. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis dalam analisis *PLS-SEM*, nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bersifat signifikan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *intention to adopt sustainable EV* dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan kajian teori pada Bab II yang menjelaskan bahwa *subjective norm* mencerminkan persepsi individu mengenai tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Pengaruh sosial dari keluarga, teman, maupun kelompok sosial dapat membentuk kecenderungan individu dalam mengambil keputusan. Penelitian Han et al. (2010) juga menunjukkan bahwa tekanan sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan niat individu terhadap perilaku ramah lingkungan.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), *subjective norm* merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi terbentuknya niat perilaku (*behavioral intention*). Individu cenderung mempertimbangkan pandangan orang-orang penting di sekitarnya sebelum mengambil keputusan terkait suatu perilaku. Dalam konteks penelitian ini, dukungan sosial terhadap penggunaan kendaraan listrik dapat memperkuat niat individu untuk mengadopsi teknologi transportasi yang lebih ramah lingkungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin kuat norma sosial yang dirasakan individu terhadap penggunaan kendaraan listrik, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk mengadopsi kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi berkelanjutan.

4.2.3 Pengaruh environmental concern terhadap attitude

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *environmental concern* terhadap *attitude* menunjukkan pengaruh positif dan

signifikan. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.718 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 18.145 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.000. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa *environmental concern* berpengaruh positif terhadap *attitude* dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan kajian teori pada Bab II yang menjelaskan bahwa *environmental concern* mencerminkan tingkat kepedulian individu terhadap isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim dan polusi udara (Nguyen et al., 2019). Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung menunjukkan preferensi terhadap produk dan teknologi yang mendukung keberlanjutan. Dalam konteks kendaraan listrik, kepedulian terhadap lingkungan dapat membentuk evaluasi positif terhadap teknologi tersebut karena dianggap mampu mengurangi emisi karbon dan memberikan kontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), *attitude* merupakan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, apakah perilaku tersebut dipandang menguntungkan atau merugikan (Ajzen, 1991). Sikap positif terhadap suatu inovasi akan meningkatkan kemungkinan individu untuk menerima atau mengadopsinya. Oleh karena itu, individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan kendaraan listrik sebagai solusi transportasi yang lebih ramah lingkungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *environmental concern* yang dimiliki individu, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan kendaraan listrik.

4.2.4 Pengaruh attitude terhadap intention to adopt sustainable EV

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *attitude* terhadap *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.477 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 9.356 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.000. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis dalam analisis *PLS-SEM*, nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari 1,96 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa *attitude* berpengaruh positif terhadap *intention to adopt sustainable EV* dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku berperan penting dalam membentuk niat untuk melakukan perilaku tersebut. Han et al. (2010) menemukan bahwa sikap positif terhadap perilaku ramah lingkungan dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan yang mendukung keberlanjutan. Selain itu, Rezvani et al. (2015) juga menunjukkan bahwa sikap positif terhadap kendaraan listrik berpengaruh signifikan terhadap niat individu untuk mengadopsi teknologi transportasi ramah lingkungan.

Dalam perspektif teori utama penelitian ini, yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)*, sikap terhadap perilaku merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi terbentuknya niat perilaku (*behavioral intention*). Ajzen (1991) menjelaskan bahwa sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap suatu tindakan, apakah tindakan tersebut dipandang menguntungkan atau tidak. Ketika individu memiliki evaluasi positif terhadap suatu perilaku, maka kecenderungan untuk memiliki niat melakukan perilaku tersebut akan semakin tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap yang positif terhadap kendaraan listrik dapat meningkatkan niat individu untuk mengadopsi kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan.

4.2.5 Pengaruh *environmental concern* terhadap *perceived behavioral control*

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *environmental concern* terhadap *perceived behavioral control* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.494 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 7.084 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.000. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis dalam analisis *PLS-SEM*, nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa *environmental concern* berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control* dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa tingkat kepedulian individu terhadap lingkungan dapat memengaruhi keyakinan individu dalam melakukan perilaku ramah lingkungan. Stern (2000) menyatakan bahwa nilai dan kepedulian terhadap lingkungan dapat memotivasi individu untuk melakukan tindakan yang berorientasi pada keberlanjutan. Selain itu, penelitian Han et al. (2010) juga menunjukkan bahwa individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung memiliki kesiapan yang lebih besar dalam melakukan perilaku yang mendukung kelestarian lingkungan.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *perceived behavioral control* menggambarkan persepsi individu mengenai kemampuan serta ketersediaan sumber daya untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa individu yang merasa memiliki kontrol terhadap suatu tindakan cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk melakukan tindakan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, kesadaran terhadap isu lingkungan dapat memperkuat keyakinan individu bahwa mereka mampu mengadopsi kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepedulian individu terhadap lingkungan, maka semakin kuat pula persepsi mereka mengenai kemampuan untuk menggunakan kendaraan listrik.

4.2.6 Pengaruh *perceived behavioral control* intention to adopt sustainable

EV

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *perceived behavioral control* terhadap *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.091 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 2.474 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.013. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis dalam analisis *PLS-SEM*, nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji. Dengan demikian, hipotesis keenam (H6) dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol terhadap suatu perilaku dapat memengaruhi niat individu untuk melakukannya. Huang dan Ge (2019) menemukan bahwa individu yang merasa memiliki kemampuan serta sumber daya untuk menggunakan kendaraan listrik cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk mengadopsinya. Selain itu, penelitian Han et al. (2010) juga menunjukkan bahwa persepsi kontrol yang tinggi dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk mengadopsi perilaku ramah lingkungan.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *perceived behavioral control* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi terbentuknya niat perilaku selain sikap dan norma subjektif. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan akan memengaruhi tingkat keyakinan mereka dalam melaksanakan perilaku tersebut.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi individu mengenai kemampuan mereka untuk menggunakan kendaraan listrik, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk mengadopsi kendaraan listrik.

4.2.7 Pengaruh *environmental concern* terhadap *intention to adopt sustainable EV*

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15, hubungan antara *environmental concern* terhadap *intention to adopt sustainable EV* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.298 dengan nilai *T-Statistics* sebesar 6.476 ($>1,96$) dan *P-Values* sebesar 0.000. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis dalam analisis *PLS-SEM*, hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji. Dengan demikian, hipotesis ketujuh (H7) dinyatakan didukung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsi inovasi ramah lingkungan. Jansson et al. (2010) menemukan bahwa kesadaran terhadap isu lingkungan dapat mendorong individu untuk memilih teknologi yang mendukung keberlanjutan. Selain itu, Stern (2000) juga menyatakan bahwa nilai-nilai lingkungan dapat secara langsung memotivasi individu untuk melakukan tindakan yang berorientasi pada keberlanjutan.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, faktor eksternal seperti kepedulian terhadap lingkungan dapat memperkuat pembentukan niat perilaku. Individu yang memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan cenderung lebih terdorong untuk mengubah perilaku konsumsi mereka ke arah yang lebih berkelanjutan, termasuk dalam memilih kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *environmental concern terhadap intention to adopt sustainable electric vehicle* dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang diperluas melalui integrasi variabel *environmental concern*. Model penelitian menguji bagaimana *environmental concern* memengaruhi tiga konstruk utama TPB, yaitu *attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control*, serta bagaimana ketiga variabel tersebut berkontribusi dalam membentuk *intention to adopt sustainable electric vehicle*.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* terhadap 300 responden di Indonesia, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *subjective norm*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepedulian individu terhadap isu lingkungan, maka semakin besar pula pengaruh norma sosial yang mereka rasakan terkait perilaku penggunaan kendaraan listrik. Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung lebih peka terhadap ekspektasi sosial yang mendukung penggunaan teknologi ramah lingkungan.

2. *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt sustainable EV*. Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dari keluarga, teman, dan lingkungan sekitar berperan penting dalam membentuk niat individu untuk mengadopsi kendaraan listrik. Semakin kuat norma sosial yang mendukung penggunaan kendaraan listrik, semakin besar pula kecenderungan individu untuk mempertimbangkan teknologi tersebut sebagai pilihan transportasi di masa depan.
3. *Environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*. Hasil ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kepedulian lingkungan yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap kendaraan listrik. Kesadaran terhadap dampak negatif kendaraan berbahan bakar fosil terhadap lingkungan mendorong individu untuk mengevaluasi kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih berkelanjutan.
4. *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt sustainable EV*. Temuan ini mengindikasikan bahwa sikap positif terhadap kendaraan listrik berperan penting dalam meningkatkan niat individu untuk mengadopsinya. Individu yang memandang kendaraan listrik sebagai solusi transportasi yang ramah lingkungan dan efisien cenderung memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakannya di masa depan.

5. *Environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived behavioral control*. Hasil ini menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam mengadopsi kendaraan listrik. Individu yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan terkait penggunaan teknologi transportasi ramah lingkungan.
6. *Perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt sustainable EV*. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi individu mengenai kemudahan atau kemampuan untuk menggunakan kendaraan listrik berperan penting dalam membentuk niat adopsi. Semakin besar keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk membeli dan menggunakan kendaraan listrik, semakin tinggi pula niat mereka untuk mengadopsinya.
7. *Environmental concern* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *intention to adopt sustainable EV*. Hasil ini menegaskan bahwa kepedulian terhadap lingkungan tidak hanya memengaruhi niat adopsi melalui variabel TPB, tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap niat individu untuk menggunakan kendaraan listrik. Kesadaran terhadap isu perubahan iklim dan polusi udara mendorong individu untuk mempertimbangkan kendaraan listrik sebagai pilihan transportasi yang lebih berkelanjutan.

5. 2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini memberikan implikasi yang dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis.

5.2.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen berkelanjutan, khususnya dalam konteks adopsi kendaraan listrik di negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini memperluas penerapan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan mengintegrasikan variabel *environmental concern* sebagai faktor eksternal yang memengaruhi pembentukan sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol perilaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *environmental concern* tidak hanya berperan sebagai faktor psikologis yang memengaruhi sikap individu terhadap kendaraan listrik, tetapi juga mampu memengaruhi norma sosial serta persepsi kontrol perilaku yang pada akhirnya membentuk niat adopsi teknologi ramah lingkungan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa faktor nilai dan kesadaran lingkungan menjadi elemen penting dalam menjelaskan perilaku konsumen terhadap inovasi berkelanjutan.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan bukti empiris bahwa integrasi variabel eksternal dalam model TPB mampu meningkatkan kemampuan

model dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumen terhadap inovasi ramah lingkungan.

5.2.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi industri otomotif, pelaku pemasaran, serta pembuat kebijakan dalam mendorong adopsi kendaraan listrik di Indonesia.

- Pertama, perusahaan otomotif perlu meningkatkan strategi komunikasi pemasaran yang menekankan manfaat lingkungan dari penggunaan kendaraan listrik. Kampanye pemasaran yang menyoroti kontribusi kendaraan listrik dalam mengurangi emisi karbon dan polusi udara dapat meningkatkan kesadaran lingkungan konsumen serta membentuk sikap positif terhadap produk tersebut.
- Kedua, perusahaan juga perlu memperhatikan peran *pengaruh sosial (subjective norm)* dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Strategi pemasaran yang melibatkan komunitas, influencer, maupun tokoh publik yang peduli terhadap lingkungan dapat membantu memperkuat norma sosial yang mendukung penggunaan kendaraan listrik.

- Ketiga, pemerintah dan pelaku industri perlu meningkatkan *perceived behavioral control* masyarakat dengan menyediakan infrastruktur pendukung yang memadai, seperti stasiun pengisian kendaraan listrik umum, insentif pembelian kendaraan listrik, serta kebijakan yang mendukung transisi menuju transportasi berkelanjutan.

Dengan memperhatikan faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi niat adopsi kendaraan listrik, perusahaan dan pemerintah dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam mendorong percepatan transisi menuju mobilitas ramah lingkungan di Indonesia.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian.

- Pertama, penelitian ini menggunakan metode survei daring dengan teknik *purposive sampling*, sehingga kemungkinan terdapat keterbatasan dalam representasi populasi secara keseluruhan. Responden dalam penelitian ini sebagian besar berasal dari kelompok usia muda dan memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi, sehingga hasil penelitian mungkin belum sepenuhnya mencerminkan persepsi seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.
- Kedua, penelitian ini hanya menggunakan variabel *environmental concern*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention to adopt sustainable EV*, sehingga belum mencakup faktor-

faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi keputusan adopsi kendaraan listrik, seperti faktor harga, infrastruktur pengisian daya, maupun persepsi terhadap teknologi baterai.

- Ketiga, penelitian ini bersifat *cross-sectional*, sehingga data yang diperoleh hanya menggambarkan kondisi persepsi responden pada satu periode waktu tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini belum mampu menjelaskan perubahan perilaku konsumen dalam jangka panjang terhadap adopsi kendaraan listrik.

5.4 Future Riset

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah dijelaskan, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dapat disampaikan sebagai berikut.

- Pertama, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan responden dengan melibatkan sampel yang lebih beragam dari segi wilayah geografis, tingkat pendapatan, serta latar belakang pendidikan, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi masyarakat secara lebih representatif.
- Kedua, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan dengan adopsi kendaraan listrik, seperti *perceived risk*, *government support*, *charging infrastructure*, maupun *perceived cost*, sehingga model penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen.

- Ketiga, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan *longitudinal study* untuk mengamati perubahan perilaku konsumen terhadap kendaraan listrik dalam jangka waktu tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai dinamika adopsi teknologi transportasi berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Azwar, S. 2012. “Penyusunan Skala Psikologi,” edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bamberg, S. (2003). How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 21–32.
- Casteel, A., & Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362.
<https://doi.org/10.28945/4766>
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers’ intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230.
- Cyr, D. (2008). Modeling website design across cultures: Relationships to trust, satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 47–72.
- Dutta, B., & Hwang, H. G. (2021). Consumers purchase intentions of green electric vehicles: The influence of consumers technological and environmental considerations. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21).
<https://doi.org/10.3390/su132112025>
- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo). (2023). Data distribusi kendaraan listrik tahun 2023. Gaikindo.
- Han, H., Hsu, L. T. (Jane), & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>
- Hawkins, T. R., Singh, B., Majeau-Bettez, G., & Strømman, A. H. (2013). Comparative environmental life cycle assessment of conventional and electric vehicles. *Journal of Industrial Ecology*, 17(1), 53–64.

- Huang, X., & Ge, J. (2019). Electric vehicle development in Beijing: An analysis of consumer purchase intention. *Journal of Cleaner Production*, 216, 361–372. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.231>
- International Energy Agency (IEA). (2020). CO₂ emissions from fuel combustion highlights 2020. IEA Publications.
- Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2010). Green consumer behavior: Determinants of curtailment and eco-innovation adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 358–370. <https://doi.org/10.1108/07363761011052396>
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic Management Review*, 3(1–2), 128–143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Leonidou, C. N., Katsikeas, C. S., & Morgan, N. A. (2011). Greening the marketing mix: Do greeners lead to greener? *Journal of International Marketing*, 19(2), 1–20.
- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2017). Energy efficient household appliances in emerging markets: the influence of consumers' values and knowledge on their attitudes and purchase behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 41(2), 167–177. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12323>
- Nguyen, T. N., Lobo, A., & Greenland, S. (2019). Energy efficient household appliances in emerging markets: The influence of environmental concern. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 310–319.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy? *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(4), 357–370.
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2), 1–10.
- PwC Indonesia. (2023). *Electric vehicle market outlook Indonesia 2023*. PricewaterhouseCoopers Indonesia.

- Rahbar, E., & Wahid, N. A. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. *Business Strategy Series*, 12(2), 73–83.
- Rezvani, Z., Jansson, J., & Bodin, J. (2015). Advances in consumer electric vehicle adoption research: A review and research agenda. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 34, 122–136.
<https://doi.org/10.1016/j.trd.2014.10.010>
- Sekaran, & Bougie. (2016). *sekaran_2016*.
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Taylor, S., & Tod, P. A. (1995). *Understanding information technology usage: A Test Competing Models*.
- U.S. Department of Energy. (2020). Electric vehicle benefits and considerations. Office of Energy Efficiency and Renewable Energy.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wang, S., Fan, J., Zhao, D., Yang, S., & Fu, Y. (2016). Predicting consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles: using an extended version of the theory of planned behavior model. *Transportation*, 43(1), 123–143.
<https://doi.org/10.1007/s11116-014-9567-9>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Bagian 1: Pertanyaan Variabel

N o	Pertanyaan	Opsi Jawaban				
<i>Attitude</i>		S	S	N	TS	ST
		S				S
1	Saya percaya bahwa kendaraan listrik akan memberikan manfaat bagi lingkungan dalam jangka panjang					
2	Kendaraan listrik dapat mengurangi penggunaan bahan bakar fosil seperti bensin atau solar.					
3	Saya akan merasa puas terhadap diri saya sendiri jika membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.					
4	Saya menyukai gagasan untuk memiliki kendaraan listrik yang ramah lingkungan.					
<i>Subjective norm</i>		S	S	N	TS	ST
		S				S
1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya sebaiknya memilih kendaraan listrik jika membeli kendaraan dalam waktu dekat.					
2	Jika saya membeli kendaraan listrik, orang-orang yang penting bagi saya akan mendukung					

	keputusan tersebut.					
3	Orang-orang yang penting bagi saya lebih menginginkan saya menggunakan kendaraan listrik yang ramah lingkungan dibandingkan kendaraan berbahan bakar bensin atau diesel.					
<i>Perceived Behavioral Control</i>		S	S	N	TS	ST
		S				S
1	Saya merasa harga kendaraan listrik masih dalam batas kemampuan saya jika saya memutuskan untuk membelinya.					
2	Saya merasa mampu menanggung biaya perawatan dan perbaikan kendaraan listrik jika saya mengadopsinya.					
3	Saya mengetahui di mana dan bagaimana cara membeli kendaraan listrik jika saya ingin memilikinya.					
<i>Environmental concern</i>		S	S	N	TS	ST
		S				S
1	Saya merasa peduli terhadap berbagai permasalahan lingkungan yang terjadi saat ini.					
2	Saya percaya bahwa masyarakat perlu mengubah perilakunya untuk mengurangi perubahan iklim dan melindungi lingkungan.					
3	Saya merasa bahwa perubahan iklim merupakan ancaman bagi saya dan keluarga saya.					

4	Saya menilai bahwa permasalahan lingkungan semakin serius dalam beberapa tahun terakhir.					
<i>Environmental concern</i>		S	S	N	TS	ST
		S				S
1	Saya memiliki niat untuk menggunakan kendaraan listrik dalam waktu dekat.					
2	Pada pembelian kendaraan berikutnya, saya akan mempertimbangkan untuk membeli kendaraan listrik yang ramah lingkungan.					
3	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan kendaraan listrik kepada orang lain.					
4	Saya tetap bersedia membeli kendaraan listrik meskipun kualitasnya sedikit lebih rendah dibandingkan kendaraan konvensional.					

Bagian 2: Pembukaan Kuisisioner Penelitian

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdFSyaXgosYGX-UVbPywj6fFw0CdRBE6_ittWUwgp0Pj6quXw/viewform?usp=sharing&oid=107748320038276634442

Assalamualaikum Wr. Wb.

Halo!

Saya Ahmad Dimas Krisnawan, mahasiswa Manajemen – Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Green Marketing terhadap Purchasing Behaviour pada Pembeli Mobil Listrik.” Untuk itu, saya akan menyebarkan kuisisioner sebagai bagian dari pengumpulan data penelitian.

Jawaban yang diberikan nantinya hanya akan dipakai untuk kebutuhan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Saya sangat menghargai setiap respon yang diberikan, karena akan sangat membantu proses penelitian saya.

Terima kasih banyak atas waktunya!

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Lampiran 2

Hasil Uji Validitas dan realibilitas *Pilot Test* bab 3 dengan SPSS

UJI VALIDITAS (PILOT TEST)

		Correlations																TOTAL
	ATI	AT2	AT3	AT4	SH1	SH2	SH3	PBG1	PBG2	EC1	EC2	EC3	EC4	ISE1	ISE2	ISE3	ISE4	
AT1	Pearson Correlation	1																
	Sig. (2-tailed)																	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
AT2	Pearson Correlation	.481	1															
	Sig. (2-tailed)	.000																
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
AT3	Pearson Correlation	.599	.344	1														
	Sig. (2-tailed)	.000	.000															
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
AT4	Pearson Correlation	.440	.291	.493	1													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000														
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
SH1	Pearson Correlation	.481	.327	.529	.334	1												
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000													
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
SH2	Pearson Correlation	.622	.440	.529	.442	.443	1											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000												
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
SH3	Pearson Correlation	.339	.329	.622	.626	.599	.449	1										
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000											
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PBG1	Pearson Correlation	.399	.447	.349	.439	.624	.334	.437	1									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000										
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PBG2	Pearson Correlation	.291	.472	.339	.370	.564	.593	.464	.534	1								
	Sig. (2-tailed)	.043	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000									
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PBG3	Pearson Correlation	.279	.379	.319	.371	.479	.534	.539	.470	.433	1							
	Sig. (2-tailed)	.059	.000	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.000								
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
EC1	Pearson Correlation	.673	.399	.625	.625	.627	.312	.174	.230	.099	1							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000								
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
EC2	Pearson Correlation	.345	.491	.302	.301	.349	.464	.316	.446	.394	.471	.401	1					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000					
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
EC3	Pearson Correlation	.236	.421	.369	.621	.316	.314	.441	.443	.464	.596	.312	.562	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000				
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
EC4	Pearson Correlation	.339	.423	.302	.314	.673	.333	.399	.399	.334	.371	.342	.624	.494	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ISE1	Pearson Correlation	.481	1															
	Sig. (2-tailed)	.000																
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ISE2	Pearson Correlation	.599	.344	1														
	Sig. (2-tailed)	.000	.000															
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ISE3	Pearson Correlation	.440	.291	.493	1													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000														
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
ISE4	Pearson Correlation	.291	.472	.339	.370	.564	.593	.464	.534	1								
	Sig. (2-tailed)	.043	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000								
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.519	.340	.342	.469	.499	.714	.599	.442	.727	.722	.471	.469	.442	.564	.349	.742	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.10 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS (*PILOT TEST*)

RELIABILITAS

Attitude (AT)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.806	4

Subjective norm (SN)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.728	3

Perceived Behavioral Control (PBC)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.790	3

Environmental concern (EC)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.703	4

Intention to adopt sustainable EV (ISE)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.778	4

Lampiran 3

Bagian 1: Demografi 300 Responden

Demografi	N	%
Usia		
<20 Tahun	20	3,7%
20-25 Tahun	143	47,7%
26-30 Tahun	108	36%
31–35 Tahun	26	8,7%
36–40 Tahun	6	2%
>40 Tahun	6	2%
Total	300	100%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	185	61,7%
Perempuan	115	38,3%
Total	300	100%
Pendapatan		
< Rp 4.000.000	56	18,7%
Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	111	37%

Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	80	26,7%
Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	44	14,7%
> Rp 20.000.000	9	3%
Total	300	100%
Pendidikan		
SMP	4	1,3%
SMA	47	15,7%
D3	25	8,3%
S1	201	67%
S2	19	6,3%
S3	3	1%
Outher	1	0,3%
Total	300	100%
Mengetahui atau memahami tentang mobil listrik?		
Iya	300	100%
Tidak	0	0%
Total	300	100%
Memiliki minat, pertimbangan, atau rencana untuk membeli atau		

menggunakan mobil listrik di masa mendatang?		
Iya	300	100%
Tidak	0	0%
Total	300	100%

Bagian 2: Identitas 300 Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Pendidikan	Mengetahui atau memahami tentang mobil listrik?	Memiliki minat, pertimbangan, atau rencana untuk membeli atau menggunakan mobil listrik di masa mendatang?
1	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
2	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
3	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
4	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
5	Perempuan	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya

6	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
7	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
8	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
9	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
10	Laki-laki	36-40 Tahun	> Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
11	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
12	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
13	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
	Perempuan	20-25	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya

14		Tahun				
15	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
16	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
17	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
18	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
19	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
20	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
21	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
22	Perempuan	31-35	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
23	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya
24	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
25	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
26	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
27	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
28	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
29	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
30	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya

31	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
32	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	D3	Iya	Iya
33	Laki-laki	36-40 Tahun	> Rp 20.000.000	S3	Iya	Iya
34	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
35	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
36	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
37	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
38	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

39	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S3	Iya	Iya
40	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
41	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
42	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
43	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya
44	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
45	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
46	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
47	Laki-laki	26-30	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
48	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
49	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
50	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
51	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
52	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
53	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
54	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
55	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

56	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
57	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
58	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
59	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
60	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
61	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
62	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
63	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya

64	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
65	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
66	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
67	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
68	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
69	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
70	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
71	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya
72	Perempuan	26-30	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya

		Tahun				
73	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
74	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
75	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
76	Laki-laki	36-40 Tahun	> Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
77	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
78	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
79	Laki-laki	> 40 Tahun	> Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
80	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

81	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
82	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
83	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
84	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
85	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	D3	Iya	Iya
86	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
87	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
88	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

89	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
90	Perempuan	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
91	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
92	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
93	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
94	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
95	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
96	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
97	Perempuan	26-30	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S2	Iya	Iya

		Tahun				
98	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
99	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
100	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
101	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
102	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
103	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
104	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
105	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

106	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
107	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
108	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
109	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
110	Laki-laki	> 40 Tahun	> Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
111	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
112	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
113	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

114	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
115	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
116	Perempuan	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
117	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
118	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
119	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
120	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
121	Laki-laki	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
122	Laki-laki	20-25	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya

		Tahun				
123	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
124	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
125	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
126	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
127	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
128	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
129	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
130	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya

131	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	SMA	Iya	Iya
132	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
133	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
134	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
135	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	D3	Iya	Iya
136	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
137	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
138	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya

139	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
140	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
141	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
142	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
143	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
144	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMP	Iya	Iya
145	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
146	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
147	Laki-laki	26-30	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya

		Tahun				
148	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
149	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
150	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
151	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
152	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
153	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
154	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
155	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya

156	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
157	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
158	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
159	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
160	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
161	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
162	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
163	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

164	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
165	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
166	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
167	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
168	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMP	Iya	Iya
169	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
170	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	D3	Iya	Iya
171	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
172	Perempuan	20-25	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
173	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
174	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
175	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
176	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
177	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
178	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
179	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
180	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya

181	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
182	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
183	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
184	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
185	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
186	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
187	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
188	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya

189	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	SMA	Iya	Iya
190	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
191	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
192	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
193	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	D3	Iya	Iya
194	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S3	Iya	Iya
195	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
196	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
197	Perempuan	26-30	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
198	Laki-laki	> 40 Tahun	> Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
199	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
200	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
201	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
202	Laki-laki	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
203	Perempuan	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
204	Perempuan	> 40 Tahun	> Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
205	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya

206	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
207	Perempuan	36-40 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
208	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
209	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
210	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
211	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
212	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
213	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

214	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
215	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	SMA	Iya	Iya
216	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
217	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
218	Laki-laki	31-35 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
219	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
220	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
221	Laki-laki	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya
222	Laki-laki	26-30	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
223	Perempuan	26-30 Tahun	> Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
224	Laki-laki	> 40 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	D3	Iya	Iya
225	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
226	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	SMA	Iya	Iya
227	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
228	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
229	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
230	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya

231	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S2	Iya	Iya
232	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
233	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
234	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
235	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
236	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
237	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya
238	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

239	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
240	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
241	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
242	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
243	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
244	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
245	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
246	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	Other	Iya	Iya
247	Laki-laki	20-25	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
248	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
249	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
250	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
251	Laki-laki	36-40 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
252	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
253	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
254	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
255	Perempuan	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya

256	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
257	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
258	Laki-laki	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
259	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
260	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
261	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
262	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
263	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

264	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
265	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	D3	Iya	Iya
266	Laki-laki	26-30 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
267	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
268	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
269	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
270	Laki-laki	> 40 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
271	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
272	Laki-laki	26-30	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
273	Perempuan	31-35 Tahun	Rp 10.000.000 - Rp 20.000.000	S1	Iya	Iya
274	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
275	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
276	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
277	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
278	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
279	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	SMA	Iya	Iya
280	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

281	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	SMA	Iya	Iya
282	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
283	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
284	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	S1	Iya	Iya
285	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
286	Perempuan	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
287	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	SMA	Iya	Iya
288	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

289	Laki-laki	36-40 Tahun	> Rp 20.000.000	S2	Iya	Iya
290	Laki-laki	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	SMA	Iya	Iya
291	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
292	Perempuan	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
293	Laki-laki	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMP	Iya	Iya
294	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
295	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
296	Perempuan	20-25 Tahun	< Rp 4.000.000	S1	Iya	Iya
297	Laki-laki	20-25	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya

		Tahun				
298	Perempuan	< 20 Tahun	< Rp 4.000.000	SMP	Iya	Iya
299	Laki-laki	20-25 Tahun	Rp 4.000.000 - Rp 7.000.000	S1	Iya	Iya
300	Laki-laki	26-30 Tahun	Rp 7.000.000 - Rp 10.000.000	D3	Iya	Iya

Bagian 3: Data Tabulasi 300 Responden

<i>Attitude</i>				<i>Subjective norm</i>			<i>Perceived Behavioral Control</i>			<i>Environmental concern</i>				<i>Intention to adopt sustainable EV</i>			
AT1	AT2	AT3	AT4	SN1	SN2	SN3	PBC1	PBC2	PBC3	EC1	EC2	EC3	EC4	ISE1	ISE2	ISE3	ISE4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	3
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4
3	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5
5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5

4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5
5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4
4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	5	4	4	4	3	3	4
4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5
5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5
5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	2	3	3	5	3	2	3	3	3	5	4	4	5	3
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	5	4	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	5
5	5	4	5	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5
4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	1	4	4	2	4	4	4	3
5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	5	5	4	4	4	4
4	4	3	5	3	3	3	4	4	5	2	4	3	4	4	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4
4	5	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4
5	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4

5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	5	4	3	3
4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5
4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5
5	4	4	5	3	3	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4
3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	3	3	5	4	3	4
5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	3	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5

3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3
5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4
5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	3	1
5	4	4	4	2	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	5	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5
5	5	5	5	2	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	4	5	5	3	3	2	5	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2
4	4	5	4	4	2	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5

5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
4	5	3	3	2	4	4	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3	3
5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5
3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4
4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3
5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	4	5	3	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4
4	3	5	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	2	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	4	3	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3
4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4
3	3	3	4	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	1	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	2	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3
3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3
4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	5	5
4	3	3	5	3	4	3	5	5	5	4	3	4	4	5	3	3	3
3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	1	3	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	3	4	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3
5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2
5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
5	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	3	3	5	4	3	4	4
5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
3	2	3	3	4	3	3	5	5	5	3	4	2	3	3	4	4	3
5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5
4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4

4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4
4	3	3	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2
3	3	3	4	2	3	2	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	3	4	4
4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4
4	5	5	5	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4

5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	5	4
4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
5	4	3	3	4	4	3	5	5	5	3	4	5	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	2	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5
4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
4	5	4	4	2	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5
4	5	3	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
2	1	2	3	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5

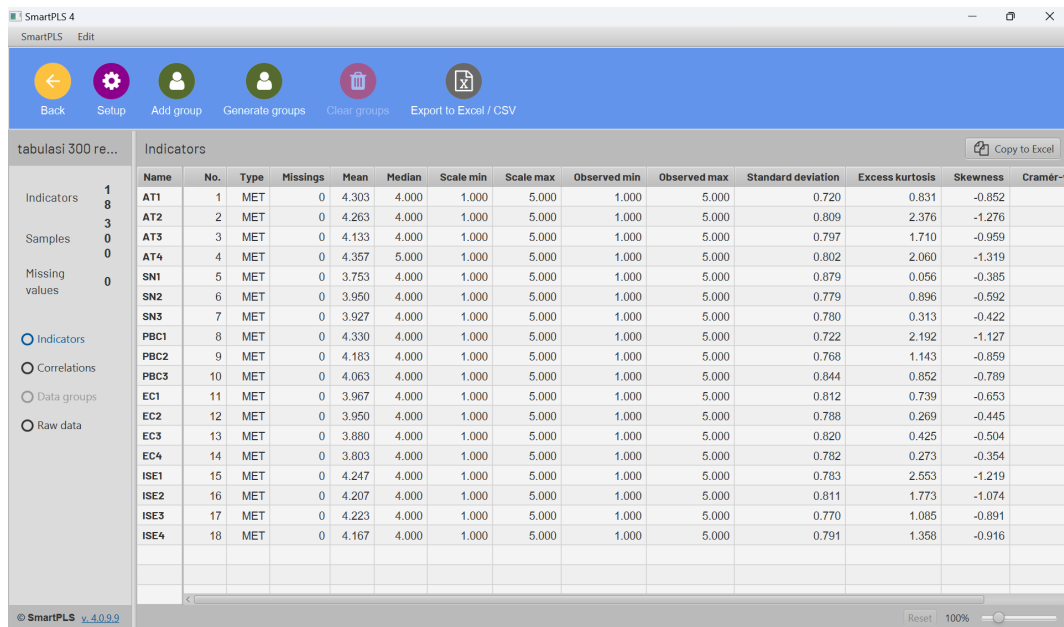
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	3	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
5	5	4	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	3	3	3	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
3	3	3	4	5	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3

4	4	4	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	5	5	5	5
3	3	3	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	5	3	3	5	4	5
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4

Lampiran 4

Olah Data SmartPLS

Rata-rata Variabel



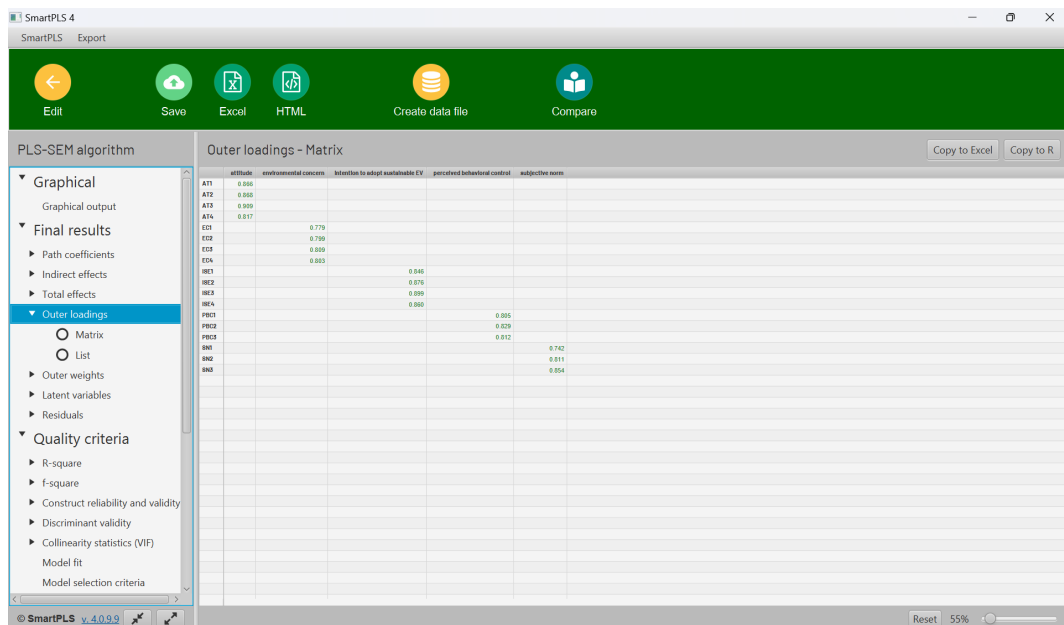
SmartPLS 4 v.4.0.9.9 - Indicators

tabulasi 300 re... Copy to Excel

	Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramér-v
Indicators	AT1	1	MET	0	4.303	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.720	0.831	-0.852	
	AT2	2	MET	0	4.263	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.809	2.376	-1.276	
	AT3	3	MET	0	4.133	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.797	1.710	-0.959	
	AT4	4	MET	0	4.357	5.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.802	2.060	-1.319	
Samples	SN1	5	MET	0	3.753	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.879	0.056	-0.385	
	SN2	6	MET	0	3.950	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.779	0.896	-0.592	
	SN3	7	MET	0	3.927	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.780	0.313	-0.422	
	PBC1	8	MET	0	4.330	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.722	2.192	-1.127	
Missing values	PBC2	9	MET	0	4.183	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.768	1.143	-0.859	
	PBC3	10	MET	0	4.063	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.844	0.852	-0.789	
	EC1	11	MET	0	3.967	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.812	0.739	-0.653	
	EC2	12	MET	0	3.950	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.788	0.269	-0.445	
Indicators	EC3	13	MET	0	3.880	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.820	0.425	-0.504	
	EC4	14	MET	0	3.803	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.782	0.273	-0.354	
	ISE1	15	MET	0	4.247	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.783	2.553	-1.219	
	ISE2	16	MET	0	4.207	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.811	1.773	-1.074	
	ISE3	17	MET	0	4.223	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.770	1.085	-0.891	
	ISE4	18	MET	0	4.167	4.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.791	1.358	-0.916	

Reset 100%

Hasil uji Validitas Konvergen



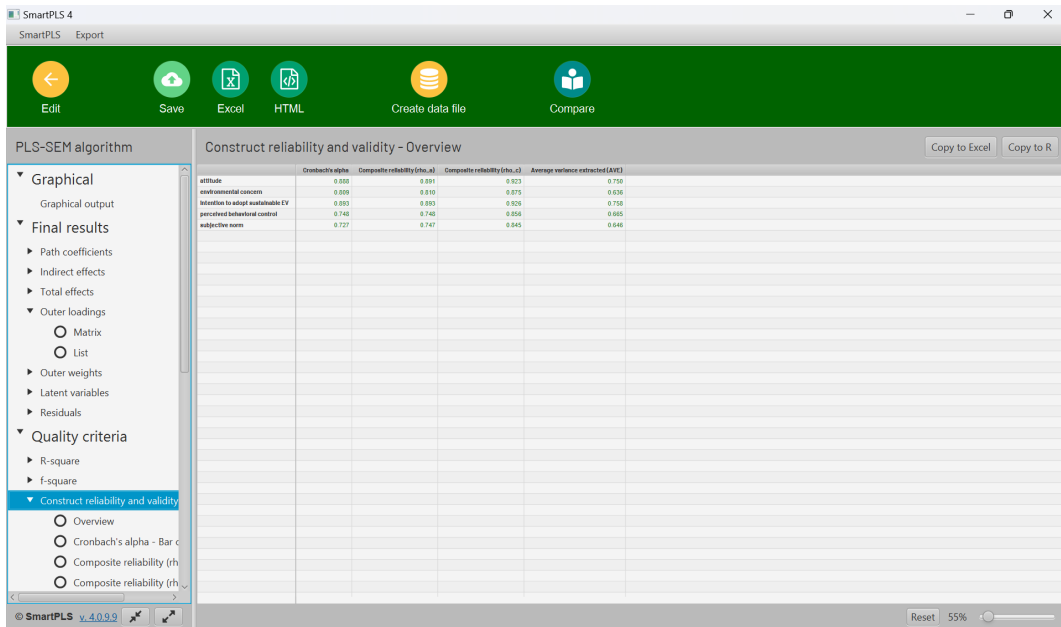
SmartPLS 4 v.4.0.9.9 - Export

PLS-SEM algorithm Outer loadings - Matrix Copy to Excel Copy to R

	attitude	environmental concern	intention to adopt sustainable EV	perceived behavioral control	subjective norm
AT1	0.956				
AT2	0.955				
AT3	0.959				
AT4	0.917				
ED1		0.779			
ED2		0.760			
ED3		0.808			
ED4		0.883			
HE1			0.946		
HE2			0.876		
HE3			0.899		
HE4			0.898		
PBC1				0.995	
PBC2				0.829	
PBC3				0.912	
SN1					0.742
SN2					0.911
SN3					0.854

Reset 55%

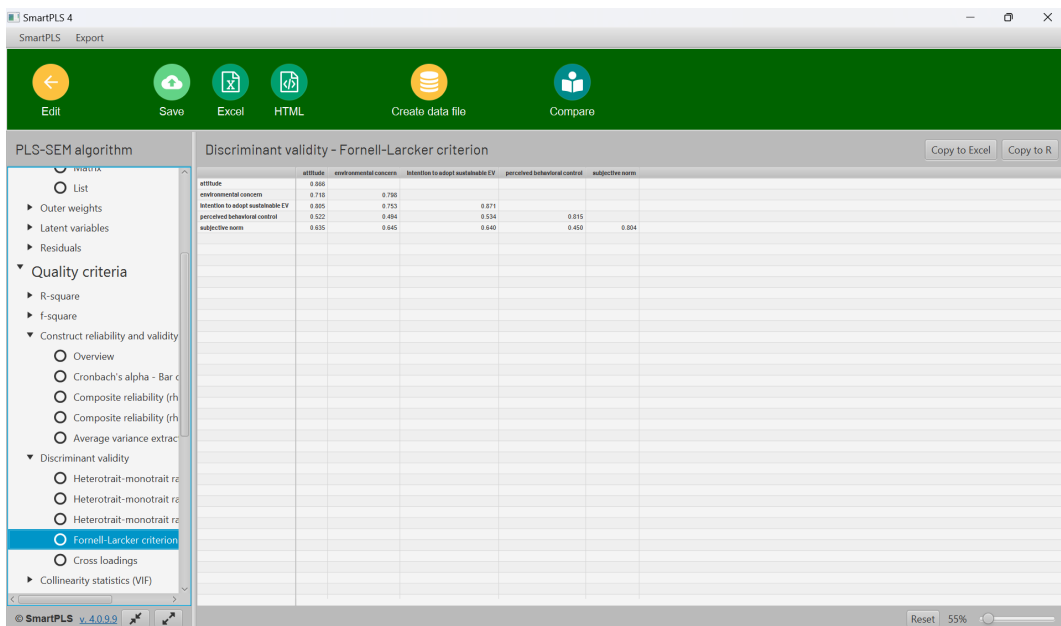
Reliabilitas



SmartPLS 4 Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Composite reliability (rho_u)	Average variance extracted (AVE)
attitude	0.888	0.891	0.923	0.759
environmental concern	0.888	0.810	0.875	0.636
intention to adopt sustainable EV	0.893	0.893	0.928	0.758
perceived behavioral control	0.748	0.748	0.856	0.665
subjective norm	0.727	0.747	0.845	0.646

Hasil uji Validitas Diskriminan



SmartPLS 4 Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	attitude	environmental concern	intention to adopt sustainable EV	perceived behavioral control	subjective norm
attitude	0.868				
environmental concern	0.718	0.798			
intention to adopt sustainable EV	0.805	0.753	0.871		
perceived behavioral control	0.622	0.484	0.534	0.815	
subjective norm	0.635	0.645	0.640	0.450	0.804

Hasil uji Validitas Diskriminan

SmartPLS 4 Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

PLS-SEM algorithm

- Quality criteria
 - R-square
 - f-square
 - Construct reliability and validity
 - Overview
 - Cronbach's alpha - Bar d
 - Composite reliability (rh
 - Composite reliability (rh
 - Average variance extrac
 - Discriminant validity
 - Heterotrait-monotrait re
 - Heterotrait-monotrait re
 - Heterotrait-monotrait re
 - Fornell-Larcker criterion
 - Cross loadings
 - Collinearity statistics (VIF)

Discriminant validity - Cross loadings

	attitude	environmental concern	intention to adopt sustainable EV	perceived behavioral control	subjective norm
AT1	0.906	0.616	0.645	0.428	0.532
AT2	0.898	0.641	0.697	0.505	0.561
AT3	0.909	0.655	0.748	0.436	0.607
AT4	0.817	0.572	0.691	0.438	0.494
EC1	0.612	0.779	0.580	0.359	0.519
EC2	0.613	0.780	0.645	0.389	0.543
EC3	0.580	0.808	0.578	0.410	0.521
EC4	0.551	0.883	0.587	0.407	0.489
HE1	0.765	0.683	0.846	0.511	0.535
HE2	0.710	0.647	0.876	0.423	0.574
HE3	0.635	0.634	0.899	0.413	0.540
HE4	0.691	0.674	0.868	0.369	0.577
PE1	0.452	0.406	0.429	0.305	0.312
PE2	0.405	0.368	0.439	0.829	0.379
PE3	0.416	0.380	0.428	0.812	0.414
SN1	0.419	0.444	0.428	0.280	0.742
SN2	0.587	0.487	0.506	0.438	0.811
SN3	0.587	0.895	0.595	0.384	0.854

SmartPLS v.4.0.9.9

Hasil uji Kolinearitas

SmartPLS 4 Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

PLS-SEM algorithm

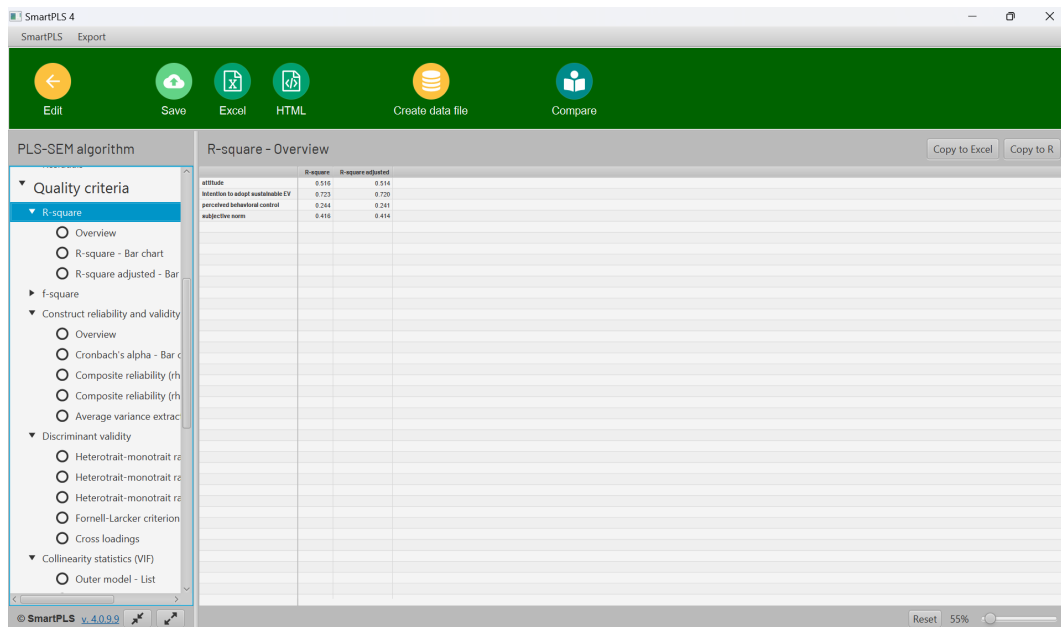
- Quality criteria
 - R-square
 - f-square
 - Construct reliability and validity
 - Overview
 - Cronbach's alpha - Bar d
 - Composite reliability (rh
 - Composite reliability (rh
 - Average variance extrac
 - Discriminant validity
 - Heterotrait-monotrait re
 - Heterotrait-monotrait re
 - Heterotrait-monotrait re
 - Fornell-Larcker criterion
 - Cross loadings
 - Collinearity statistics (VIF)
 - Outer model - List
 - Inner model - Matrix
 - Inner model - List

Collinearity statistics (VIF) - Outer model - List

	VIF
AT1	2.487
AT2	2.652
AT3	3.153
AT4	2.561
EC1	1.583
EC2	1.638
EC3	1.650
EC4	1.852
HE1	2.130
HE2	2.096
HE3	3.210
HE4	2.459
PE1	1.401
PE2	1.615
PE3	1.529
SN1	1.339
SN2	1.485
SN3	1.513

SmartPLS v.4.0.9.9

Hasil Uji *R-Square*



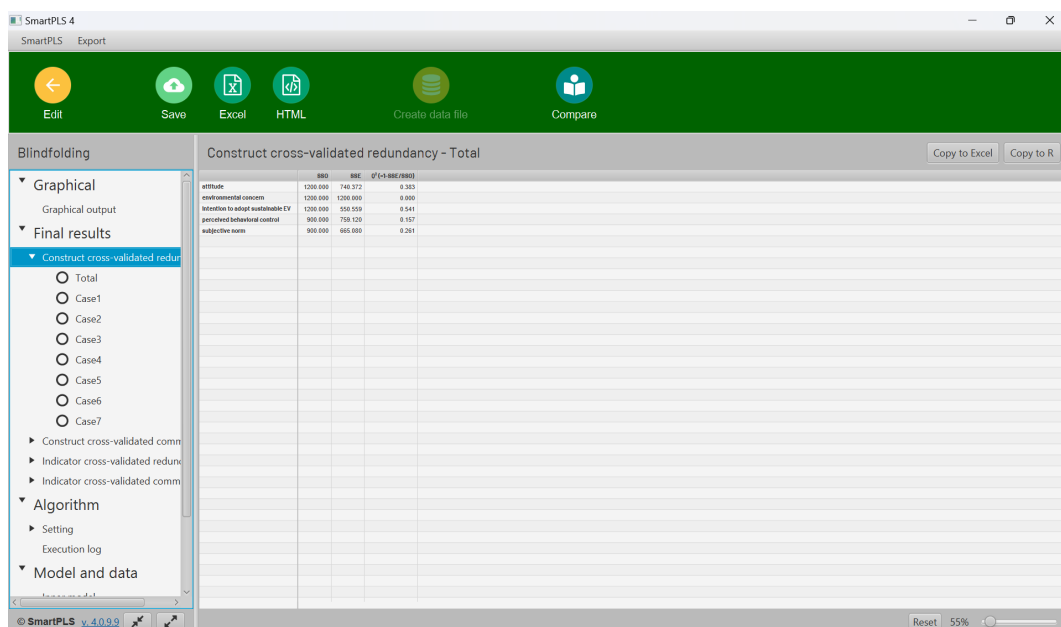
SmartPLS 4 - R-square - Overview

Quality criteria

- ☒ R-square
 - ☐ Overview
 - ☐ R-square - Bar chart
 - ☐ R-square adjusted - Bar
- ☐ F-square
- ☐ Construct reliability and validity
 - ☐ Overview
 - ☐ Cronbach's alpha - Bar chart
 - ☐ Composite reliability (rho)
 - ☐ Composite reliability (rho)
 - ☐ Average variance extracted
- ☐ Discriminant validity
 - ☐ Heterotrait-monotrait ratio
 - ☐ Heterotrait-monotrait ratio
 - ☐ Heterotrait-monotrait ratio
 - ☐ Fornell-Larcker criterion
 - ☐ Cross loadings
- ☐ Collinearity statistics (VIF)
 - ☐ Outer model - List

	R-square	R-square adjusted
attitude	0.515	0.514
intention to adopt sustainable EV	0.723	0.720
perceived behavioral control	0.244	0.241
subjective norm	0.418	0.414

Hasil Uji *Q-Square*



SmartPLS 4 - Construct cross-validated redundancy - Total

Blindfolding

- ☐ Graphical
 - ☐ Graphical output
- ☐ Final results
 - ☒ Construct cross-validated redundancy
 - ☐ Total
 - ☐ Case1
 - ☐ Case2
 - ☐ Case3
 - ☐ Case4
 - ☐ Case5
 - ☐ Case6
 - ☐ Case7
 - ☐ Construct cross-validated common
 - ☐ Indicator cross-validated redundancy
 - ☐ Indicator cross-validated common
- ☐ Algorithm
 - ☐ Setting
 - ☐ Execution log
- ☐ Model and data

	BSS	SSC	Q² (= 1 - SSC/BSS)
attitude	1200.000	740.372	0.383
environmental concern	1200.000	1200.000	0.000
intention to adopt sustainable EV	1200.000	505.559	0.541
perceived behavioral control	900.000	738.129	0.157
subjective norm	900.000	665.093	0.261

Hasil Uji Koefisien Jalur

SmartPLS 4 Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

Bootstrapping

Graphical

Graphical output

Final results

Path coefficients

Mean, STDEV, T values, p values

Confidence intervals

Confidence intervals bias

Intercepts

Total indirect effects

Specific indirect effects

Total effects

Outer loadings

Outer weights

Quality criteria

R-square

R-square adjusted

f-square

Average variance extracted (AVE)

Composite reliability (rho_c)

Composite reliability (rho_a)

Copy to Excel Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/(STDEV))	P values
attitude → intention to adopt sustainable EV	0.477	0.476	0.051	9.356	0.000
environmental concerns → attitude	0.718	0.715	0.045	16.145	0.000
environmental concerns → intention to adopt sustainable EV	0.205	0.205	0.045	6.475	0.000
environmental concerns → perceived behavioral control	0.404	0.400	0.070	7.054	0.000
environmental concerns → subjective norms	0.645	0.644	0.045	13.500	0.000
perceived behavioral control → intention to adopt sustainable EV	0.091	0.091	0.027	2.474	0.012
subjective norms → intention to adopt sustainable EV	0.105	0.104	0.046	2.290	0.022

© SmartPLS v.4.0.9.9

Reset 55%