

PENGETAHUAN KENDARAAN HIBRIDA DAN KEPERDULIAN LINGKUNGAN MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN TERHADAP KENDARAAN HIBRIDA

Sylvia Samuel^{1)*}, Daniel Widjaja²⁾

¹⁾Universitas Pelita Harapan, Faculty of Economic and Business, Tangerang, Indonesia

²⁾Universitas Kristen Krida Wacana, Faculty of Economics and Business, Jakarta, Indonesia

email: Sylvia.samuel@uph.edu

ABSTRAK

Kendaraan hibrida merupakan salah satu solusi untuk mengurangi ancaman degradasi lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepedulian lingkungan dan pengetahuan kendaraan hibrida terhadap niat beli kendaraan hibrida di Indonesia. Sampel sebanyak 396 pemilik mobil di Indonesia telah dikumpulkan untuk memprediksi niat membeli kendaraan hibrida dengan menggunakan *Theory Planned Behavior*. Hasil empiris menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan dan pengetahuan kendaraan hibrida secara langsung mempengaruhi niat beli yang dimediasi oleh sikap, dan persepsi kontrol perilaku.

Keywords: Environmental Concern, Knowledge of Hybrid Vehicle, Purchase Intention

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu target utama pasar kendaraan. Berdasarkan laporan penjualan domestik mobil penumpang, bus, dan truk tahun 2019, terjual sebanyak satu juta tiga puluh ribu seratus dua puluh enam kendaraan. Dalam laporan penjualan domestik pada tahun 2020, penjualan menurun akibat pandemi COVID-19 dan dilaporkan terjual sebanyak lima ratus tiga puluh dua ribu dua puluh tujuh kendaraan, namun angka tersebut meningkat pada periode tahun 2021 dengan penjualan sebanyak delapan ratus delapan puluh tujuh ribu dua ratus dua unit kendaraan. Pada semester I 2022, laporan penjualan domestik menunjukkan penjualan sebanyak 396.153 unit (GAIKINDO, 2022). Akibat meningkatnya populasi mobil sejak tahun 2004, Indonesia menjadi salah satu negara pengimpor minyak murni karena kebutuhan konsumsi dalam negeri. Peningkatan kendaraan telah berdampak parah pada polusi udara, dan perubahan iklim adalah hasil yang tak terelakkan. Pabrik transportasi jalan bertanggung jawab atas konsumsi bahan bakar fosil dan emisi karbon yang signifikan. Salah satu solusi terbaik dalam kondisi saat ini adalah beralih dari kendaraan tradisional ke kendaraan listrik atau hibrida (Almeida Neves et al., 2019). Listrik atau hibrida menawarkan potensi besar untuk mengurangi polusi udara. Peralihan ke kendaraan listrik atau hybrid akan membutuhkan dukungan besar-besaran dari pemerintah, seperti kebijakan dan infrastruktur.

Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan kendaraan listrik dan hybrid di Indonesia, antara lain dengan beberapa regulasi dan insentif yang ditawarkan, seperti kebijakan terkait subsidi BBM dan pemberian insentif pengurangan pajak kendaraan hybrid agar harganya lebih menarik. Sebagai contoh, di Jepang, sejak 2009, saat pengenalan pertama kendaraan generasi mendatang, program insentif untuk pembelian kendaraan ramah lingkungan telah ditawarkan kepada pembeli. Selain itu, infrastruktur pasokan yang diperlukan mendukung pemberian insentif pembelian yang berkelanjutan (Asosiasi Produsen Mobil Jepang, 2020). Pemerintah Indonesia telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang Program Percepatan Kendaraan Listrik Untuk Angkutan Jalan. Pemerintah mulai mengatur dan memberikan insentif dan perlu lebih banyak sosialisasi di masyarakat.

Mengingat anteseden kendaraan hybrid lebih awal, banyak peneliti telah meneliti

niat adopsi kendaraan hybrid di berbagai negara seperti Indonesia, Malaysia, China, dan Saudi Arabia dari perspektif Theory Reason Actions, Theory Planned Behavior dan pemangku kepentingan (Alzahrani et al., 2019; Coca-st et al., 2013; Maghfiroh et al., 2021; Mahalana et al., 2021; Pavlou & Fygenson, 2006; Wang et al., 2016). Pergeseran perilaku ke kendaraan *hybrid* perlahan mendapatkan penerimaan dari pengguna. Para peneliti mengembangkan lebih banyak studi yang berfokus pada faktor mengadopsi kendaraan hibrida akan menciptakan pemahaman yang lebih baik untuk mencapai kesiagaan dan kesiapan penuh di masyarakat.

Fakta tentang ancaman perubahan iklim menjadi nyata, oleh karena itu, pemerintah perlu mempertimbangkannya secara serius. Pelaku usaha dan masyarakat, bersama dengan dukungan dari pemerintah, memberlakukan tanggung jawab terhadap lingkungan dan proaktif dalam memecahkan masalah perubahan iklim global dalam jangka panjang (Hamzah & Tanwir, 2021). Ada upaya bersama dalam menambah pengetahuan dan kesadaran pengguna tentang masalah ini akan menjadi cara yang efektif untuk memerangi degradasi lingkungan.

Penelitian ini berfokus pada masalah lingkungan dan pengetahuan tentang Kendaraan hibrida (Hamzah & Tanwir, 2021). Para peneliti sebelumnya menggunakan beberapa model dan menyimpulkan bahwa kekurangan dalam ringkasan pemahaman penggunaan Kendaraan Hibrida merupakan tren yang perlu dipelajari secara komprehensif. Selain itu, beberapa norma subyektif yang kami asumsikan akan berdampak pada persepsi perilaku dan sikap pelanggan serta meningkatkan prospek niat pelanggan untuk membeli kendaraan jenis ini di Indonesia. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa yang akan menjadi perhatian lingkungan dari kendaraan hibrida di Indonesia?
2. Apakah pengetahuan Kendaraan Hibrida penting bagi pelanggan?
3. Bagaimana sikap konsumen Indonesia terhadap kendaraan hibrida?
4. Apakah pengetahuan lingkungan memengaruhi sikap terhadap kendaraan hibrida, dan persepsi kontrol perilaku terhadap kendaraan hibrida?
5. Akankah sikap terhadap kendaraan hibrida dan kontrol perilaku yang dirasakan berdampak pada niat beli kendaraan hibrid?
6. Apakah ada dampak langsung dari kepedulian lingkungan terhadap niat beli kendaraan hybrid melalui sikap dan perilaku kontrol yang dirasakan?

2. Tinjauan Pustaka

A. Pengetahuan Kendaraan Hibrida

Kendaraan hibrida adalah solusi menjanjikan yang sangat relevan dengan tujuan pengurangan konsumsi bahan bakar dan emisi gas (Abdrakhmanov & Adouane, 2017). Dalam mengkaji dan menganalisis pengetahuan kendaraan hybrid dan minat pengemudi dalam mengadopsi teknologi kendaraan hybrid, perlu dilakukan dialog dengan pengemudi tentang usia, pengetahuan pengemudi tentang teknologi, persepsi pengemudi terhadap kendaraan hybrid, dan signifikansinya. (Junquera et al., 2016). Setelah itu, diperoleh pengetahuan umum tentang bagaimana pengemudi mengekspresikan pengetahuannya secara sensitif tentang perilaku mereka terhadap kendaraan hybrid (Chiba et al., 2014). Pengetahuan telah dipelajari dan berdampak pada sikap (Higuera-Castillo et al., 2019). Pengetahuan tentang kendaraan hibrida saat ini semakin meningkat, meskipun masih terbatas pada penggemar kendaraan, industri terkait, dan peneliti yang mengetahuinya saja.

Kemajuan ini tentunya akan sangat menggembirakan bagi masyarakat yang memilikisikap mendukung kelestarian lingkungan yang sehat dan membutuhkan kendaraan yang ramah lingkungan, serta mendukung aktivitas masyarakat sehari-hari. Jadi, semakin banyak pengetahuan tentang kendaraan hybrid akan sangat mendukung niat untuk membeli produk kendaraan hybrid. Oleh karena itu, hipotesis kami adalah sebagai berikut:

H1. Pengetahuan tentang Kendaraan hibrida berdampak signifikan pada niat pembelian

H3. Pengetahuan tentang kendaraan hibrida berdampak signifikan pada sikap terhadap kendaraan hibrida

H7. Pengetahuan tentang kendaraan hibrida memiliki dampak signifikan terhadap niat pembelian melalui sikap

B. Masalah Lingkungan

Degradasi lingkungan telah memicu ancaman kelestarian lingkungan, dimana para pelaku industri sering menjadi sasaran ancaman pencemaran udara dan tanah akibat tindakan yang tidak terencana dan membahayakan pemanasan global dan bio-change (Islam et al., 2020). Negara China adalah contoh negara yang menikmati pertumbuhan ekonomi yang pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap polusi udara, dan menimbulkan masalah kesehatan yang parah, pada rakyatnya, dengan menghirup udara yang terkontaminasi tersebut. (Sajjad et al., 2020). Peduli Lingkungan merupakan hal yang menarik untuk dikaji karena merupakan salah satu motif untuk meningkatkan kinerja lingkungan akademik (Islam et al., 2020). Khusus bagi pelaku industri yang sadar lingkungan, berbagai gerakan dilakukan untuk mengkaji secara tipis-tipis keberadaan Ekonomi Hijau yang berpedoman pada peta jalan menuju ekonomi dunia rendah karbon pada 2050. Namun, kesulitannya membangun dan mengembangkan industri berbasis kepedulian lingkungan telah menyebabkan perdebatan berkelanjutan hari ini. Atas dasar itu para industrialis melakukan perubahan kreatif dengan melakukan penemuan-penemuan untuk memperjuangkan dan menguasai sumber daya alam dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, kemajuan ekonomi dunia, dan kesempatan kerja (Kenis & Lievens, 2015). Sementara itu, perkembangan penelitian Peduli Lingkungan sangat erat kaitannya dengan sikap pengguna kendaraan. Ada juga beberapa norma subyektif yang terkait dengan masalah lingkungan. Fokus pada pemilihan kendaraan tercermin dari respon individu pengguna kendaraan dengan emisi gas buang yang rendah (Dimitropoulos, 2014). Hal ini telah dipelajari oleh Castillo et al. (2019). Studi tersebut menyatakan bahwa jika seorang individu peduli terhadap lingkungan dan sikapnya, perilaku kontrol yang dirasakannya akan mencerminkan niat untuk menjaga kelestarian lingkungan. Minat mereka untuk membeli HV yang mendukung lingkungan lebih tinggi daripada yang tidak (Higuera-Castillo et al., 2019). Berdasarkan itu, hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2. Kepedulian lingkungan akan memberikan dampak positif terhadap niat pembelian terhadap kendaraan hibrida

Sebuah studi oleh menemukan dampak positif dari kepedulian lingkungan, sikap, dan kontrol perilaku yang dirasakan untuk meningkatkan niat beli kendaraan hybrid (Yong et al., 2017). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H5. Keperdulian lingkungan secara signifikan akan mempengaruhi perilaku kontrol yang dirasakan terhadap kendaraan hibrida

H8. Keperdulian lingkungan akan berdampak langsung pada niat pembelian terhadap kendaraan hibrida melalui perilaku.

C. Sikap terhadap Kendaraan Hibrida

Pembahasan tentang penggunaan Kendaraan hibrida selalu menjadi pertanyaan bagi masyarakat pengguna kendaraan bermotor, kemudian pengetahuan tentang Kendaraan hibrida juga terbatas; beberapa peneliti menyarankan perombakan untuk meyakinkan masyarakat menggunakan Kendaraan hibrida (Delang & Cheng, 2020). Mengidentifikasi beberapa sikap untuk menjelaskan alasan membeli Kendaraan Hybrid memerlukan beberapa dimensi pada variabel ini untuk memudahkan mengapa orang membelinya, seperti kepercayaan terhadap kendaraan dengan teknologi Kendaraan hibrida, serta sikap masyarakat pengguna terhadap lingkungan. Sikap ini sangat terkait dengan keyakinan yang tidak dapat diamati secara langsung. Kekurangan dalam menganalisis sikap terhadap kendaraan hibrida antara lain keterbatasan sikap yang harus lebih transparan untuk mengungkap alasan seseorang membeli suatu barang (Junquera et al., 2016). Berdasarkan teori perilaku terencana (TPB) (Hill et al., 1977), sikap didefinisikan sebagai penilaian individu yang mendarah daging, positif atau negatif, dari perilaku tertentu. Jika individu memiliki sikap positif terhadap kendaraan listrik, adopsi mereka dapat didorong. Namun, sikap negatif lebih mungkin untuk mencegah adopsi produk. Oleh karena itu, sikap adalah faktor psikologis kunci yang memediasi niat untuk mengadopsi (Li et al., 2017). Dalam pengertian ini, niat untuk mengadopsi dianggap sebagai respons atau perilaku konsumen untuk menangkal inovasi teknologi yang mengarah pada penggunaan atau pembelian inovasi tersebut (Roberts et al., 2021). Oleh karena itu, hipotesis kami adalah:

H4. Sikap terhadap Kendaraan hibrida akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli.

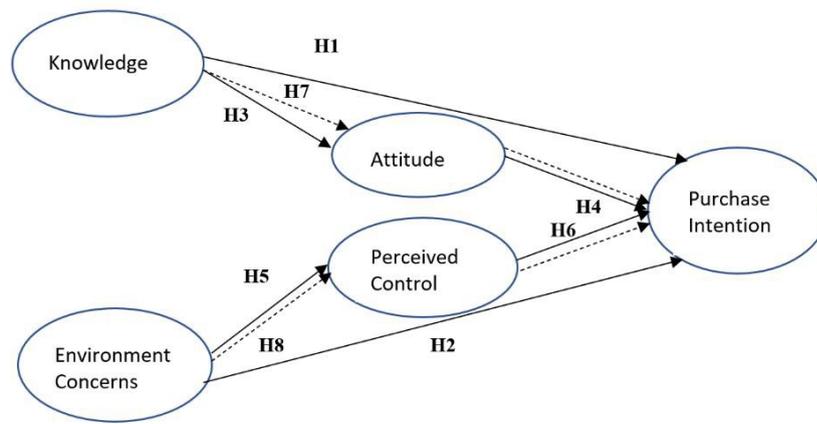
D. Kontrol Perilaku yang Dirasakan

Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan oleh Ajzen (1991) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku (Pavlou & Fygenson, 2006). Persepsi kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang memahami bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil dari kontrol yang dilakukan oleh dirinya sendiri. Kontrol perilaku yang diungkapkan adalah kemampuan individu untuk membaca situasi dan lingkungannya (Venkatesh & Davis, 2000). Selain itu juga kemampuan untuk mengendalikan dan mengelola faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan untuk menarik perhatian, keinginan untuk mengubah perilaku agar sesuai dengan orang lain, dan menyenangkan orang lain (Turyahikayo et al., 2021). Orang tersebut akan berniat untuk melakukan suatu perilaku seperti membeli kendaraan hybrid jika mereka mempersepsikan perilaku tersebut mudah untuk ditunjukkan atau dilakukan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H6. Kontrol perilaku akan berdampak signifikan terhadap niat pembelian Kendaraan hibrida

E. Niat Pembelian

Penting untuk mengidentifikasi alasan pengguna kendaraan dalam mengadopsi teknologi Kendaraan Hibrida, mengeksplorasi dan meninjau hal-hal yang memengaruhi niat kendaraan hibrida, dan terakhir, menganalisis secara kritis keterbatasan Kendaraan Hibrida untuk dikembangkan di masa mendatang (Li et al., 2017). Menurut Ajzen dan Fishbein, Theory of Reason Action menegaskan bahwa niat, bila diukur dengan baik, akan menjadi penentu perilaku yang paling vital (Hill et al., 1977). Banyak peneliti menggunakan teori ini untuk mempelajari tentang perilaku dan menerapkannya dalam tindakan kebaruan. Saat ini, teori ini digeneralisasikan untuk menjelaskan perilaku manusia (Alzahrani & Amy, 2017). Teori ini sering diterapkan untuk memahami perilaku; perilaku ini diperkirakan akan sering digunakan dalam etika bisnis terapan, di mana pengambilan keputusan didasarkan pada syarat-syarat yang terhormat (Wu & Wang, 2019).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metode

Pengukuran masing-masing variabel dalam konteks kendaraan hibrida ini telah dirancang sesuai dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang niat beli, penelitian ini mengukur pengetahuan tentang kendaraan hibrida, kepedulian lingkungan, sikap terhadap kendaraan hibrida, dan persepsi perilaku kontrol. Pengukuran item variabel dalam penelitian ini menggunakan lima poin skala Likert (1: sangat tidak setuju dan 5: sangat setuju). Penelitian ini berfokus pada konsumen yang mengetahui kendaraan hibrida sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan metode Judgement Sampling, dimana sampel yang digunakan adalah yang dianggap berkaitan dengan tujuan penelitian ini (Ghozali, 2018). Selain itu, penelitian ini menggunakan metode survey dengan metode cross-sectional dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang mengetahui tentang kendaraan hibrida (Sekaran & Bougie, 2019). Sampel penelitian difokuskan pada orang yang berkendara menggunakan kendaraan hybrid sesuai dengan kriteria, seperti a. Usia minimal 20 tahun, b. Responden memiliki kendaraan c. Responden pernah mengendarai kendaraan hibrida setidaknya satu kali. Metode penemuan sampel didasarkan pada purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pembuktian sampel dengan pertimbangan atau standar tertentu (Sugiyono, 2018). Jumlah sampel yang diambil adalah 5 sampai 10 kali dari item indikator (Hair et al., 2022). Dengan demikian, besar sampel minimal dalam penelitian ini adalah 10 x 29 item indikator atau sebanyak 290 responden.

Analisis data didasarkan pada model luar dan dalam (Hair et al., 2022). Model luar

meliputi pemuatan luar, Cronbach's Alpha (CA), Keandalan Komposit (CR), Average Variance Extracted (AVE), dan validitas Diskriminan. Serta untuk inner model meliputi R kuadrat, Relevansi prediksi (Q2), Koefisien bagian, dan nilai Beta (β) (Shmueli et al., 2019). Setelah melalui tahapan-tahapan tersebut, data akan diinterpretasikan menurut kategori-kategori tersebut. Selanjutnya pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui partial least square based on variance (PLS-SEM) dan menerapkan Smart PLS untuk mendapatkan hasil empiris.

4. Hasil Profil Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 290 dengan karakteristik demografi responden yang beragam. Masing-masing karakteristik demografi responden ditunjukkan pada Tabel I.

TABEL 1. RESPONDEN DEMOGRAFIS

Karakteristik	Frekuensi	rsentase (%)
nis kelamin	Perempuan	52 13%
	Pria	344 87%
ia ahun)	<20	0 0%
	20 – 29	11.88 3%
	30 – 39	95.04 24%
	40 – 49	182.16 46%
	Di atas 50	106.92 27%
kerjaan	Karyawan	364.4 92%
	Pemerintah	3.1 0,8%
	Pengusaha	19 4,8%
	Ibu rumah tangga	9.5 2,4%
ndapatan bulanan alam Juta)	Rp5 – 10	35.64 9%
	Rp 10 – 15	43.56 11%
	Rp 15 – 20	95.04 24%
	>Rp20	221.76 56%
dahkah Anda memiliki Kendaraan hibrida?	Ya	39.6 10%
	TIDAK	356.4 90%
akah Anda memiliki niat untuk membeli Kendaraan hibrida di masa mendatang?	Ya	368.3 93%
	TIDAK	27.7 7%

Dari demografis, sebagian besar peminat kendaraan hybrid adalah laki-laki, dengan 91% responden. Umur terbanyak adalah 40-49 tahun (46%). Mereka memiliki pekerjaan sebagai karyawan di berbagai perusahaan (92%). Sebagian besar pendapatan responden >Rp 20.000.000 (56%). Sebagian besar responden tidak memiliki kendaraan hibrida sendiri (90%), namun nyatanya 93% berniat untuk membeli kendaraan hibrida di masa mendatang.

Evaluasi Model Pengukuran

Model pengukuran melibatkan Keandalan Konsistensi, Keandalan Indikator, Validitas Konvergen, dan Validitas Diskriminan (Hair et al., 2019). Berdasarkan literatur tersebut, hasilnya ditunjukkan pada Tabel 2 dan Tabel 3. Mengenai keandalan menyarankan untuk menetapkan nilai Keandalan Komposit (CR) dengan nilai batas lebih dari 0,7. Sedangkan

indikator Loading pada penelitian ini adalah 0,6 (Hair et al., 2020). Nilai Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari 0,5 dimana kriteria validitas konvergen telah terpenuhi (Hair et al., 2020). Tabel 2 menunjukkan hasil penelitian ini sesuai dengan nilai cut off dan dinyatakan valid.

TABEL 2. CR DAN AVE

Indikator	Outer Loading	CR	AVE
AT1	0,695	0.785	0.553
AT2	0,873		
AT3	0,642		
EC1	0,686	0.81	0.516
EC2	0,732		
EC3	0,711		
EC4	0,743		
KM1	0.788	0.863	0.560
KM2	0.781		
KM3	0.729		
KM4	0.807		
KM5	0.622		
PB2	0.715	0.806	0.510
PB3	0.643		
PB4	0.779		
PB5	0.713		
PI1	0.718	0.829	0.548
PI2	0.801		
PI3	0.742		
PI4	0.697		

Selanjutnya untuk menguji Discriminant Validity pada variabel kriteria paling atas harus memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel di bawahnya (Henseler, Hubona, et al., 2016). Dalam penelitian ini, kriteria HTMT telah memenuhi semua kriteria terkait penilaian model pengukuran.

Selain itu, variabel laten yang diuji dalam penelitian ini memenuhi persyaratan seperti validitas dan reliabilitas. Dengan demikian mengindikasikan bahwa variabel tersebut dapat diuji pada tahap selanjutnya yaitu model struktural.

TABEL 3. KRITERIA HTMT

	AT	EC	KN	PB	PI
Sikap					
Perduli Lingkungan	0.393				
Pengetahuan	0.298	0.894			
Perilaku	0.316	0.376	0.346		
Niat Pembelian	0.209	0.104	0.084	0.410	

Setelah model pengukuran dinilai, untuk memvalidasi model PLS, Tenenhaus et al. menyarankan evaluasi Goodness of fit (Gof) (Ringle, et al., 2016). Nilai penelitian ini adalah (0,585) termasuk dalam kategori besar, sehingga model yang diusulkan memiliki kualitas yang baik (Daryanto et al., 2010). Tabel 4 menunjukkan nilai GoF pada penelitian ini.

TABEL 4. INDEKS GOODNESS OF FIT (GOF)

Variabel	AVE	R2	Q2
Pengetahuan	0,560		
Sikap	0,553	0,054	0,024
Kepedulian Lingkungan	0,516		
Niat Membeli	0,548	0,111	0,051
Perilaku	0,510	0,070	0,031
Skor rata - rata			
AVE x R2		0,030	
GoF= $\sqrt{AVE \times R2}$		0,173	

Kemudian mengukur kualitas model untuk mengetahui konstruk endogen melalui R-square, Q-square, koefisien jalur, dan f-square (Hair et al., 2022). Dalam penelitian ilmiah, nilai R-square masing-masing adalah 0,75, 0,50, dan 0,25 pada variabel laten, yang menunjukkan bahwa tingkat prediksi adalah substansial, sedang, dan lemah. Selanjutnya, data analisis menunjukkan bahwa pengetahuan tentang kendaraan hibrida berpengaruh sebesar 5,4% (R-square= 0,054) terhadap Sikap terhadap kendaraan hibrida. Keakuratan variabel-variabel ini dalam penciptaan nilai pelanggan adalah sangat lemah. Selanjutnya, kepedulian lingkungan memprediksi 7% (R-square= 0,070) dalam persepsi kontrol perilaku. Keakuratan faktor-faktor ini dalam memprediksi masalah lingkungan bisa lebih kuat. Selanjutnya, sikap terhadap kendaraan hibrida memprediksi 11,1% (R2=0,111) pada niat beli. Keakuratan faktor ini sangat lemah.

Selain itu, relevansi prediktif dari Q2 menyatakan bahwa nilai Q2 lebih dari nol menunjukkan bahwa konstruk eksogen memiliki relevansi prediktif untuk konstruk endogen (Hair et al., 2022). Penelitian ini memiliki nilai Q2 sebesar 0,051 terhadap niat beli terhadap kendaraan hibrida. Dengan demikian, model yang dikaji dalam penelitian ini memiliki relevansi yang baik.

Model struktural diukur dengan bootstrapping untuk mengevaluasi signifikansi indikator konstruk dan jalur diagram (Hair et al., 2019) T-Value diukur dengan uji satu sisi atau dua sisi: 1,645 (tingkat signifikansi = 0,1), 1,96 (tingkat signifikansi = 0,05), dan 2,58 (tingkat signifikansi = 0,01) (Garson, 2016).

TABEL 5. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Hubungan

Jalur	Efek langsung		Efek Tidak Langsung	
	P-value	nilai-t	P-value	nilai-t
H1: KNW>PI	0,465	0.089		
H2: ENC>PI	0,038	1.776		
H3: KNW>ATT	0,000	3.412		
H4: ATT>PI	0,009	2.378		
H5: ENC>PBC	0,000	4.317		
H6: PBC>PI	0,000	4.478		

H7: KNW>ATT>PI			0.030	1.881
H8: ENC>PBC>PI			0,000	3.507

Tabel 5 menunjukkan pengaruh langsung, tidak langsung, dan total variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis H1 ditolak yaitu pengetahuan Kendaraan Hibrida berhubungan positif dengan sikap terhadap kendaraan hibrida ($0.465 > 0,000$) tidak signifikan. Selanjutnya, pengaruh langsung kepedulian lingkungan terhadap niat beli ($T = 1.776, p < 0,038$), dan Kontrol perilaku yang dirasakan ($T = 4.317, p < 0,000$) adalah signifikan, maka dari H2 dan H5 diterima. Variabel pengetahuan Kendaraan Hibrida berhubungan positif dengan sikap terhadap kendaraan hibrida ($T=3.412, p > 0,000$) signifikan, sehingga H3 diterima. Pengaruh langsung sikap terhadap kendaraan hibrida terhadap niat beli kendaraan hibrida juga memiliki hubungan positif ($T= 2.378, p < 0,000$). Oleh karena itu, H4 dipersilakan. Perilaku yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat beli Kendaraan hibrida ($T= 4.478, p < 0,000$); oleh karena itu, untuk H6 dapat diterima. Pengaruh tidak langsung juga signifikan untuk pengetahuan kendaraan hibrida terhadap niat beli melalui sikap terhadap kendaraan hibrida ($T= 1.181, p < 0,000$), sehingga H7 diterima. Kemudian pengaruh tidak langsung kepedulian lingkungan terhadap Niat Beli melalui perilaku ($T= 3.507, p < 0,000$), adalah signifikan. Jadi H8 diterima.

5. Diskusi

Implikasi

Studi ini berimplikasi pada kendaraan perusahaan di Indonesia yang menciptakan niat beli kendaraan hibrida. Konsep kendaraan hibrida cukup diminati oleh masyarakat, sehingga masyarakat mau mempelajari lebih dalam tentang pengetahuan kendaraan hibrida. Regulasi kendaraan hibrida cukup menggembirakan karena saat ini beberapa industri yang bergerak di bidang kendaraan menerapkan teknologi terkini untuk mendukung perkembangan kendaraan hibrida agar dapat digunakan semaksimal mungkin oleh masyarakat. Kesadaran masyarakat akan kondisi lingkungan juga mendukung niat masyarakat untuk membeli kendaraan hibrida. Lingkungan yang sudah tercemar akan menjadi tantangan untuk dibersihkan di masa mendatang, sehingga perlu adanya perubahan sikap yang mendukung kelestarian lingkungan yang sehat. Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Higuera-Castillo et. Al. (2019). Niat masyarakat untuk membeli kendaraan hibrida terkait dengan kesadaran lingkungan yang menumbuhkan sikap untuk mendukung lingkungan sehingga kelestarian lingkungan yang sehat dapat terjamin. Dengan demikian, perusahaan otomotif atau yang terkait dengan kendaraan dapat terus mengembangkan inovasi kendaraan hibrida ini, terutama agar semua spesifikasi yang dibutuhkan murah dan dapat digunakan dengan nyaman oleh masyarakat untuk menunjang aktivitas sehari-hari.

Keterbatasan

Penelitian ini hanya membahas niat beli kendaraan hibrida di Indonesia, dengan faktor pengetahuan tentang kendaraan hibrida, kepedulian lingkungan, sikap, dan persepsi kontrol perilaku terhadap kendaraan hibrida, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan survei.

Saran

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain, seperti keberlanjutan, untuk mengetahui dampak kendaraan hibrida terhadap kondisi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Penelitian lebih lanjut juga dapat dikembangkan dengan melakukan pendekatan kualitatif dan diskusi kelompok forum untuk mengetahui kesediaan pelanggan menggunakan mobil hibrida untuk aktivitas sehari-hari.

REFERENCES

- Abdrakhmanov, R., & Adouane, L. (2017). *Dynamic Programming Resolution and Database Knowledge for Online Predictive Energy Management of Hybrid Vehicles. I(Icinco)*, 978–989. <https://doi.org/10.5220/0006437301320143>
- Almeida Neves, S., Cardoso Marques, A., & Alberto Fuinhas, J. (2019). Technological progress and other factors behind the adoption of electric vehicles: Empirical evidence for EU countries. *Research in Transportation Economics*, 74(November 2017), 28–39. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2018.12.001>
- Alzahrani, K., & Amy, A. H. (2017). Applying the theory of reasoned action to understanding consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles in Saudi Arabia. *Transportation*. <https://doi.org/10.1007/s11116-017-9801-3>
- Alzahrani, K., Hall-Phillips, A., & Zeng, A. Z. (2019). Applying the theory of reasoned action to understanding consumers' intention to adopt hybrid electric vehicles in Saudi Arabia. *Transportation*, 46(1), 199–215. <https://doi.org/10.1007/s11116-017-9801-3>
- Chiba, K., Kanazaki, M., Nakamiya, M., & Kitagawa, K. (2014). *Diversity of design knowledge for launch vehicle in view of fuels on hybrid rocket engine*. 8(3), 1–14. <https://doi.org/10.1299/jamdsm.2014jamdsm00>
- Coca-st, J. A., Fazal, S. A., & Mohiuddin, M. (2013). The Determinants of Hybrid Vehicle Adoption: Malaysia Perspective. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 447–454.
- Daryanto, A., de Ruyter, K., & Wetzels, M. (2010). Getting a discount or sharing the cost: The influence of regulatory fit on consumer response to service pricing schemes. *Journal of Service Research*, 13(2), 153–167. <https://doi.org/10.1177/1094670509351566>
- Delang, C. O., & Cheng, W. (2020). Consumers' attitudes towards electric cars: A case study of Hong Kong. *TRANSPORTATION RESEARCH PART D*, 17(6), 492–494. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2012.04.004>
- Dimitropoulos, A. (2014). *The Influence of Environmental Concerns on Drivers' Preferences for Electric Cars*.
- GAIKINDO. (2022). *Indonesian Automobile Industry Data – GAIKINDO*. Gaikindo.or.Id.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Joe F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109(August 2019), 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair, Joe F., Hult, T., & Ringle, Christian M. Sardest, Marko. Danks, Nicholas P Ray, S. (2022). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair, Joseph F, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eight Edit). Cengage.
- Hamzah, M. I., & Tanwir, N. S. (2021). Do pro-environmental factors lead to purchase intention of hybrid vehicles? The moderating effects of environmental knowledge. *Journal of Cleaner Production*, 279. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123643>
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Using Pls Path Modeling In New Technology Research : Updated Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20.
- Higueras-Castillo, E., Liébana-Cabanillas, F. J., Muñoz-Leiva, F., & García-Maroto, I. (2019). Evaluating consumer attitudes toward electromobility and the moderating effect of perceived consumer effectiveness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51(July), 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.07.006>
- Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Islam, S., Moeinzadeh, S., Tseng, M., & Tan, K. (2020). A literature review on environmental concerns in logistics : trends and future challenges. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 0(0), 1–26. <https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1732313>
- Japan Automobile Manufacturers Association. (2020). *Japan Automobile Manufacturers Association*.
- Junquera, B., Moreno, B., & Álvarez, R. (2016). Technological Forecasting & Social Change Analyzing consumer attitudes towards electric vehicle purchasing intentions in Spain: Technological limitations and vehicle con fi dence. *Technological Forecasting & Social Change*, 109, 6–14. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.05.006>
- Kenis, A., & Lievens, M. (2015). *Greening the Economy or Economizing the Green Project ? When Environmental Concerns Are Turned into a Means to Save the Market*. <https://doi.org/10.1177/0486613415591803>
- Li, W., Long, R., Chen, H., & Geng, J. (2017). A review of factors in fl uencing consumer intentions to adopt battery electric vehicles. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 78(December 2016), 318–328. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.04.076>
- Maghfiroh, M. F. N., Pandyaswargo, A. H., & Onoda, H. (2021). Current readiness status of electric vehicles in indonesia: Multistakeholder perceptions. *Sustainability*

- (Switzerland), 13(23), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su132313177>
- Mahalana, A., Yang, Z., Posada, F., & (ICCT), I. C. on C. T. (2021). Indonesia transport electrification strategy. *Working Paper, 2021–36*, 21p.
- Pavlou, P. A., & Fygenon, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 30(1), 115–143. <https://doi.org/10.2307/25148720>
- Roberts, R., Flin, R., Millar, D., & Corradi, L. (2021). Psychological factors influencing technology adoption: A case study from the oil and gas industry. *Technovation*, 102, 102219. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102219>
- Sajjad, A., Asmi, F., Chu, J., & Anwar, M. A. (2020). *Environmental concerns and switching toward electric vehicles : geographic and institutional perspectives*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (Eighth Edi). John Wiley & Sons.
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J. H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322–2347. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Turyahikayo, E., Pillay, V., & Muhenda, M. B. (2021). Antecedents of knowledge sharing behaviour in the public sector. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 19(1), 33–42. <https://doi.org/10.34190/EJKM.19.1.2195>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- 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>
- Wu, Z., & Wang, M. (2019). Genetic algorithms for task assignments in logistic warehouses. *International Journal of Modelling in ...*
- Yong, N. L., Ariffin, S. K., Nee, G. Y., & Wahid, N. A. (2017). A Study of Factors influencing Consumer’s Purchase Intention toward Green Vehicles: Evidence from Malaysia. *Global Business & Management Research*, 9(4), 281–297.