



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pada penelitian ini Peneliti menggunakan metode regresi linear dengan aplikasi IBM SPSS versi 25. Pada hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepedulian lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat pembelian mobil BEV karena nilai thitung 0,402 lebih kecil dari ttabel 1,989. Pengaruh uji hipotesis ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Paul et al (2015) mengungkapkan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pembelian produk hijau, pengaruhnya tidak didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh He et al (2018) yang menyatakan kepedulian lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pembelian mobil listrik. Selain itu penelitian ini tidak didukung yang dilakukan oleh Dutta dan Hwang (2021) yang menyatakan kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap minat adopsi mobil listrik berkelanjutan, dan tidak didukung oleh penelitian dari Pagiaslis dan Krontalis (2014) yang menyatakan kepedulian lingkungan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi kepedulian lingkungan akan meningkatkan secara tidak signifikan terhadap minat pembelian mobil BEV karena konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan dapat meningkatkan kualitas lingkungan tidak dapat melibatkan dalam melakukan pembelian kendaraan terbaru, hal ini dikarenakan praktik perilaku yang berkaitan dengan lingkungan tidak dapat dicapai karena bukan perhatian utama dari masyarakat, melainkan berasal dari hal lainnya.

- 2. Persepsi manfaat moneter berpengaruh negatif secara signifikan terhadap minat pembelian mobil listrik BEV karena nilai thitung -2,600 lebih besar dari ttabel -1,989. Pengaruh uji hipotesis ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Langbroek et al (2016) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat moneter berpengaruh negatif secara signifikan terhadap minat pembelian. Namun tidak didukung penelitian oleh Pandey et al (2021) yang menyatakan persepsi manfaat moneter berpengaruh positif terhadap minat pembelian mobil listrik. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi persepsi manfaat moneter akan semakin rendah minat pembelian mobil BEV karena pemberian subsidi seperti pembebasan pajak kendaraan kurang efektif dan efisien kepada masyarakat tertentu yang memiliki sensitivitas harga yang tinggi yang akan mengganti mobilnya menjadi mobil BEV, dan apabila diberikan subsidi tambahan kepada masyarakat tertentu tetap dinilai kurang efektif dan efisien. Selain itu penyebab lainnya adalah harga kendaraan yang cenderung tinggi yang hanya kalangan atas saja yang dapat menikmati pembebasan subsidi pajak dan insentif dari pemerintah, sehingga dapat dikatakan kurang efektif.
- 3. Persepsi simbolik tidak berpengaruh terhadap minat pembelian mobil BEV karena nilai t_{hitung} 1,438 lebih kecil dari t_{tabel} 1,989. Pengaruh uji hipotesis ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Noppers *et al* (2016) mengungkapkan persepsi simbolik berpengaruh positif terhadap adopsi sistem energi pintar, dan tidak didukung juga oleh He *et al* (2018) mengungkapkan persepsi simbolik berpengaruh terhadap minat pembelian mobil listrik. Dan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pandangan masyarakat ketika menggunakan mobil BEV sama saja tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli mobil BEV.

- 4. Persepsi lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pembelian mobil BEV karena nilai thitung 2,131 lebih besar dari ttabel 1,989. Pengaruh uji hipotesis ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Noppers et al (2016) mengungkapkan persepsi simbolik berpengaruh positif terhadap adopsi sistem energi pintar, dan tidak didukung juga oleh He et al (2018) mengungkapkan persepsi simbolik berpengaruh terhadap minat pembelian mobil listrik. Namun Penelitian ini didukung oleh Anjam et al (2020) yang menyatakan persepsi simbolik tidak berpengaruh terhadap minat pembelian mobil ramah lingkungan. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi persepsi simbolik akan meningkatkan secara tidak signifikan terhadap minat pembelian mobil BEV, karena semakin tinggi pandangan masyarakat ketika menggunakan mobil BEV sama saja tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli mobil BEV.
- 5. Norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat pembelian mobil BEV karena nilai thitung 0,246 lebih kecil dari ttabel 1,989. Pengaruh uji hipotesis ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Paul et al (2015) mengungkapkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat pembelian produk hijau. Namun tidak didukung penelitian oleh Dutta dan Hwang (2021) yang menyatakan norma subjektif berpengaruh terhadap minat adopsi mobil listrik berkelanjutan dan oleh Ye et al (2021) yang menyatakan norma subjektif berpengaruh terhadap minat pembelian mobil listrik. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi norma subjektif akan meningkat secara tidak signifikan minat pembelian mobil BEV, karena konsumen merasa persetujuan dari individu lainnya, baik dari keluarga, teman, atau anggota kelompok tertentu bukanlah faktor yang penting dalam

melakukan pembelian mobil BEV. Konsumen juga merasa adopsi lingkungan merupakan perilaku yang tidak dapat diterima secara sosial (Fransson dan Garling, 1999) dan individu lain tidak sepenuhnya menyadari manfaat dari mengadopsi perilaku individu terhadap lingkungan

6. Sikap Konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat pembelian mobil BEV karena nilai thitung 4,939 lebih besar dari tabel 1,989. Pengaruh uji hipotesis ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Paul et al (2015) mengungkapkan bahwa sikap konsumen berpengaruh positif secara signifikan pada pembelian produk hijau, didukung juga penelitian oleh Dutta dan Hwang (2021), Serta penelitian oleh Ye et al (2021) yang menyatakan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian mobil listrik. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi sikap konsumen akan meningkatkan secara signifikan minat pembelian mobil BEV, karena konsumen memiliki sikap yang positif terhadap lingkungan akan mendorong individu tersebut untuk melakukan pembelian kendaraan BEV untuk kendaraan selanjutnya

5.2. Saran

- 5.2.1. Untuk perusahaan kendaraan listrik BEV
 - 1. Perusahaan dapat menggunakan data dari penelitian ini sebagai acuan dalam meningkatkan penjualan mobil listrik BEV berdasarkan variabel-variabel yang sudah diuji oleh Peneliti.
 - 2. Perusahaan dapat meningkatkan *brand awareness* kepada konsumen yang akan mengganti mobilnya menjadi mobil BEV dengan dasar sikap konsumen.

3. Perusahaan dapat berkontribusi untuk melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan terutama pada udara yang semakin lama semakin memburuk.

5.2.2. Untuk peneliti selanjutnya

- 1. Peneliti selanjutnya dapat membuat laporan dengan hasil studi empirik pada salah satu perusahaan kendaraan listrik, khususnya mobil BEV, sehingga dapat membantu perusahaan dalam menaikan penjualan mobil listrik BEV di Indonesia.
- 2. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini terbatas pada kepedulian lingkungan, persepsi positif dan teori perilaku berencana (TPB) terhadap minat pembelian, untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan variabel lainnya seperti *Purchase Behavior Control* (PBC) dan/atau *Theory Reasoned Action* (TRA) sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Paul *et al* (2015) berjudul "*Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action.*" Atau variabel persepsi risiko dan persepsi biaya yang termasuk dalam persepsi negatif sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh He *et al* (2018) berjudul "*Purchase Intention of EV in China.*"
- 3. Peneliti berikutnya dapat menggunakan variabel dependen "Keputusan Pembelian Mobil Listrik BEV", karena penelitian ini hanya mengukur minat pembelian mobil listrik, namun masih belum dapat melakukan suatu pembelian.