

**MENGUKUR *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN MUDA UNTUK
MEMBELI MOBIL LISTRIK**

MUHAMMAD FARELLUDDIEN

1707620077



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***MEASURING YOUNG CONSUMERS' PURCHASE INTENTION TO BUY
ELECTRIC CARS***

MUHAMMAD FARELLUDDIEN

1707620077



Intelligentia - Dignitas

***This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, State University of
Jakarta***

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

ABSTRAK

MUHAMMAD FARELLUDDIEN. Mengukur *Purchase Intention* Konsumen Muda Untuk Membeli Mobil Listrik: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Mobil listrik merupakan produk berkelanjutan yang mengedepankan aspek ramah lingkungan. Keberlanjutan ini telah menjadi pertimbangan dalam minat beli terutama dalam industri otomotif yang kini lebih memperhatikan isu-isu terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hubungan antara *green product*, *country of origin*, *perceived quality*, *brand awareness*, dan *purchase intention*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat melalui *Google Form*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah penduduk yang berusia 17 – 25 tahun, pernah menggunakan mobil dengan mesin konvensional, dan berdomisili di Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*, dengan total 210 responden. Data yang digunakan pada penelitian ini bersifat kuantitatif, maka untuk uji validitas dan uji reliabilitas memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25. Lalu untuk uji kelayakan model dan uji hipotesis menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan AMOS versi 26. Berdasarkan dari beberapa tahapan pengujian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *green product* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, *perceived quality* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *brand awareness* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata kunci: *Green Product, Country of Origin, Consumer Behavior; Sustainability Product.*

ABSTRACT

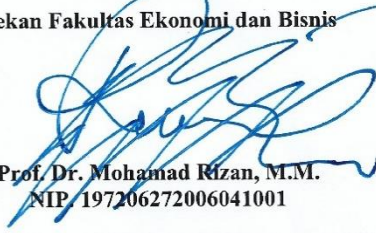





MUHAMMAD FARELLUDDIEN. *Measuring Young Consumers' Purchase Intention to Buy Electric Cars: Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2025.*

Electric cars are sustainable products that prioritize environmentally friendly aspects. This sustainability has become a consideration in purchasing interest, especially in the automotive industry which is now paying more attention to environmental issues. This study aims to analyze the influence of the relationship between green products, country of origin, perceived quality, brand awareness, and purchase intention. The data collection method in this study used a survey method by distributing questionnaires created through Google Form. The population used in this study were residents aged 17-25 years, had used a car with a conventional engine, and were domiciled in Jakarta. This study used a purposive sampling technique, with a total of 210 respondents. The data used in this study are quantitative, so for validity and reliability tests, SPSS version 25 software was used. Then for model feasibility tests and hypothesis tests, the Structural Equation Modeling (SEM) technique was used with AMOS version 26. Based on several stages of testing conducted, the results show that green products have a positive and significant effect on purchase intention, green products do not have a positive and significant effect on brand awareness, country of origin has a positive and significant effect on brand awareness, perceived quality does not have a positive and significant effect on brand awareness, perceived quality has a positive and significant effect on purchase intention, and brand awareness does not have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: *Green Product; Country of Origin; Consumer Behavior; Sustainability Product*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis			
 Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		19 FEBRUARI 2025
2	Rizka Zakiah, M.Pd. NIP. 199401182023212040 (Penguji 1)		19 FEBRUARI 2025
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd. NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		19 FEBRUARI 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		21 FEBRUARI 2025
5	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. NIP. 198507232010121002 (Pembimbing 2)		20 FEBRUARI 2025
Nama : Muhammad Farelluddien No. Registrasi : 1707620077 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 25 November 2024			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



Intelligentia - Diavitas

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.
NIP/NIDK : 197002122008121001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev.
NIP/NIDK : 198507232010121002
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhammad Farelluddien
No. Registrasi : 1707620077
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Judul Skripsi : Mengukur *Purchase Intention* Konsumen Muda untuk Membeli Mobil Listrik.

Untuk Mengikuti Sidang Skripsi.

Dosen Pembimbing I

Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.
197002122008121001

Jakarta, 07 November 2024

Dosen Pembimbing II

Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev.
198507232010121002

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 198209082010122004

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Februari 2025



Muhammad Farelluddien

1707620077

PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Farelluddien
NIM : 1707620077
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Pendidikan Bisnis
Alamat email : muhammadfarelluddien@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Mengukur *Purchase Intention* Konsumen Muda untuk Membeli Mobil Listrik

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Februari 2025

Penulis

(*Muhammad Farelluddien*)

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur serta terimakasih yang mendalam, peneliti panjatkan kepada Allah SWT. atas Berkah dan Rahmat-Nya yang telah diberikan, sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Mengukur *Purchase Intention* Konsumen Muda Untuk Membeli Mobil Listrik”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Adapun dalam penyusunan naskah skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terima kasih Peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing dengan baik, serta memberikan kritik, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
4. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., yang dengan tanggung jawabnya sebagai Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya para dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Antan Junaedi dan Ibu Siti Fatimah yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan materil dan memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Muhamad Ariza Cahya, Tyas Talitha Majid, Ahmad Fauzan, Sulthan Zaidan Athallah, Muhamad Wildhan, Faisal Agiel dan teman-teman dekat lainnya yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
8. Seluruh mahasiswa program studi S1 Pendidikan Bisnis dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020 yang bersama-sama berjuang dan memberikan informasi dalam proses penyusunan skripsi.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak mengalami kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi terciptanya skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Jakarta, 28 Februari 2025



Muhammad Farelluddien

NIM. 1707620077

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Pertanyaan Penelitian	14
3. Tujuan Penelitian	15
4. Manfaat Penelitian	16
BAB II	18
KAJIAN TEORITIK	18
2.1 Deskripsi Konseptual	18
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	18
2.1.2 <i>Green Product</i>	20
2.1.3 <i>Country of Origin</i>	22
2.1.4 <i>Perceived Quality</i>	23
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	24
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	26
2.2.1 <i>Green Product dan Purchase Intention</i>	26

2.2.2	<i>Green Product</i> dan <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.3	<i>Country of Origin</i> dan <i>Brand Awareness</i>	27
2.2.4	<i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Awareness</i>	28
2.2.5	<i>Perceived Quality</i> dan <i>Purchase Intention</i>	28
2.2.6	<i>Brand Awareness</i> dan <i>Purchase Intention</i>	29
2.3	Hipotesis.....	30
BAB III	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.1.1	Waktu Penelitian	32
3.1.2	Tempat Penelitian.....	32
3.2	Desain Penelitian	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Pengembangan Instrumen	33
3.4.1	Definisi Konseptual.....	33
3.4.2	Definisi Operasional.....	35
3.4.3	Instrumen <i>Green Product</i>	37
3.4.4	Instrumen <i>Country of Origin</i>	38
3.4.5	Instrumen <i>Perceived Quality</i>	39
3.4.6	Instrumen <i>Brand Awareness</i>	39
3.4.7	Instrumen <i>Purchase Intention</i>	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Analisis Deskriptif	43
3.6.2	Uji Instrumen	43
3.6.3	Uji Kelayakan Model	45
3.6.4	Uji Hipotesis	47
BAB IV	48

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Data	48
5.2.1 Profil Responden.....	48
5.2.2 Profil Data	54
4.2 Hasil Analisis Data	60
4.2.1 Uji Validitas	60
4.2.2 Uji Reliabilitas	62
4.2.3 Uji Kelayakan Model	63
4.2.4 Uji Hipotesis	68
4.3 Pembahasan	68
BAB V	75
PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi	76
5.3 Keterbatasan Penelitian	79
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Market Share Kendaraan Listrik di Dunia Tahun 2022	4
Gambar 1. 2 Penjualan Mobil Listrik di Indonesia Tahun 2020-2023	6
Gambar 1. 3 Lini Produk Wuling Air EV	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Model Struktural Kerangka Teori Sebelum Modifikasi	64
Gambar 4. 2 Model Struktural Kerangka Teori Setelah Modifikasi	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Market Share Global EV</i> Berdasarkan Negara Asal Pada 2023	5
Tabel 1. 2 <i>Wholesale EV</i> di Indonesia Januari-Desember 2023	7
Tabel 3. 1 Indikator <i>Green Product</i>	37
Tabel 3. 2 Indikator <i>Country of Origin</i>	38
Tabel 3. 3 Indikator <i>Perceived Quality</i>	39
Tabel 3. 4 Indikator <i>Brand Awareness</i>	40
Tabel 3. 5 Indikator <i>Purchase Intention</i>	41
Tabel 3. 6 Skala Pengukuran	42
Tabel 4. 1 Domisili Responden	48
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4. 3 Usia Responden	50
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	51
Tabel 4. 5 Status Pekerjaan Responden	51
Tabel 4. 6 Status Pernikahan Responden	52
Tabel 4. 7 Tingkat Pendapatan per Bulan Responden	53
Tabel 4. 8 Karakteristik Data <i>Purchase Intention</i>	55
Tabel 4. 9 Karakteristik Data <i>Green Product</i>	56
Tabel 4. 10 Karakteristik Data <i>Country of Origin</i>	57
Tabel 4. 11 Karakteristik Data <i>Perceived Quality</i>	58
Tabel 4. 12 Karakteristik Data <i>Brand Awareness</i>	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 15 Output Goodness of Fit Sebelum Modifikasi	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kelayakan Model	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Persetujuan Judul Dosen Pembimbing	91
Lampiran 2 Kartu Konsultasi	92
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 4 Hasil Jawaban Kuesioner.....	104
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif Data.....	109
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	110
Lampiran 7 Hasil Uji Model Fit.....	111
Lampiran 8 Hasil <i>Output</i> Statistik	112
Lampiran 9 Hasil Turnitin Skripsi	115
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	119

