

# **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KENDARAAN LISTRIK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA DEPOK**

## **ABSTRAK**

Kendaraan listrik merupakan salah satu inovasi terbaru dalam dunia otomotif yang sedang berkembang pesat. Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mendorong penggunaan kendaraan listrik sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan kendaraan berbahan bakar fosil. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya berhasil meningkatkan minat beli kendaraan. Kalangan mahasiswa diidentifikasi sebagai kelompok yang telah memahami perkembangan teknologi baterai dan memiliki kepedulian terhadap dampak lingkungan, sehingga cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru seperti kendaraan listrik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli kendaraan listrik di kalangan mahasiswa. Penelitian ini akan memberikan gambaran tentang pandangan mahasiswa terhadap kendaraan listrik dan apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli kendaraan listrik.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif. Tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, disebar secara online sebanyak 100 responden melalui *Google Form*, selanjutnya data diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lingkungan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 3.003 dengan nilai probabilitas sebesar 0,163. Variabel persepsi harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 2.114 dengan nilai probabilitas sebesar 0,097. Variabel fasilitas (X3) berpengaruh terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 4,767 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Dan hasil uji signifikansi simultan menunjukkan bahwa variabel lingkungan, persepsi harga, dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada kendaraan listrik, dibuktikan dengan nilai Fhitung yang didapat 55,672 dan nilai signifikan sebesar 0,000.

Kata Kunci : *Fasilitas, Lingkungan, Persepsi Harga, Minat Beli Konsumen*  
(xiv + 63 + Lampiran)  
Daftar Pustaka (2000-2023)