

# Faktor Kepedulian Lingkungan, Pengaruh Gaya Hidup serta Keunikan Produk dalam Menarik Minat Beli Masyarakat terhadap Sepeda Motor Listrik

Oleh:

Muchammad Erdin Taslich Masra

Herlinda Maya Kumala Sari selaku Dosen Pembimbing

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2023

# Pendahuluan

Transportasi merupakan suatu kebutuhan di era modern, ini menjadikan minat beli masyarakat akan kendaraan bermotor menjadi tinggi. Data catatan Kepolisian Republik Indonesia (Polri) jumlah kendaraan bermotor di Indonesia yang terdaftar mencapai 152,51 juta unit hingga 31 Desember 2022.[1]. Penggunaan kendaraan konvensional ini menghasilkan gas emisi buangan yang berdampak buruk bagi lingkungan dan Kesehatan manusia. Jenis kendaraan yang berkontribusi besar dalam masalah pencemaran udara adalah sepeda motor .[2]. Sehingga perlunya upaya, baik dari pemerintah ataupun masyarakat dalam mengatasi masalah lingkungan.

Upaya pemerintah dapat dalam mengatasi masalah lingkungan ini melalui Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) untuk Transportasi Jalan. (kemenperin.go.id).[4] selain itu pemerintah secara resmi mengumumkan bahwa Bantuan subsidi terhadap pembelian kendaraan listrik akan mulai diberlakukan pada tanggal 20 Maret 2023. (menpan.go.id).[6]. Pemerintah terus mendorong masyarakat untuk berminat membeli kendaraan listrik.

# Pendahuluan

**Kepedulian Lingkungan**, merupakan sikap dan tindakan guna mencegah kerusakan lingkungan alam sekitar serta berusaha memperbaiki kerusakan yang telah ada.[25]. kepedulian konsumen terhadap lingkungan dapat membuat konsumen memilih produk yang dapat mengurangi dampak pencemaran lingkungan.[27].

**Gaya Hidup**, adalah sikap yang menunjukkan cara manusia menjalani hidup, memanfaatkan waktu, dan menggunakan uangnya.[28]. Pendapat Kasalli dalam penelitian Tae dan Bassie, menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keinginan seseorang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berperilaku dan pada akhirnya menentukan pilihan konsumsi seseorang.[29].

**Keunikan Produk**, ialah salah satu bagian dari kelebihan suatu produk.[19] Andriani menyampaikan sebuah produk wajib memiliki kelebihan dibandingkan produk lain, keunggulan baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan garansi, dan rasa. hal ini dimaksudkan supaya dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.[21].

# Research GAP

Pada penelitian Gandajat Serta Jayasingh, mendapatkan hasil yang sama dimana kepedulian lingkungan faktor terpenting yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kendaraan listrik. [9] [10]. Namun berbanding terbalik, pernyataan dosen ITB sekaligus pakar pengamat otomotif, Prof Agus menyatakan, banyak orang yang membeli mobil listrik karena ikut tren, bukan karena peduli lingkungan. [11]. Hasil survey perusahaan merek mobil performa listrik premium Swedia, Polestar di Amerika Serikat menemukan bahwa kepedulian lingkungan bukan alasan utama para pengemudi AS membeli mobil listrik. Melainkan teknologi yang ditawarkan oleh kendaraan dengan.[12].

Penelitian yang dilakukan Yusuf menyimpulkan bahwa gaya hidup warga daerah Bandung cocok memakai sepeda motor listrik. sesuai dengan penelitiannya yaitu niat beli sepeda motor listrik dipengaruhi oleh gaya hidup dengan hasil positif signifikan.[13]. Namun berdasarkan Charta Politika sebanyak 61 persen responden menyatakan bahwa mereka tidak berminat untuk membeli kendaraan listrik. Gaya hidup bukan menjadi faktor utama ketidak minatan masyarakat namun karena harga yang relatif masih mahal. Sehingga sesuai hasil tersebut maka gaya hidup berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli kendaraan listrik.[14]. Penelitian Nadiya dan Ishak menyatakan bahwa sikap yang merupakan bagian dari gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada produk inovasi ramah lingkungan.[15].

Penelitian Elida dkk, menemukan bahwa kebutuhan konsumen untuk keunikan terhadap minat beli adalah positif namun tidak signifikan.[25]. Salah satu bentuk keunikan adalah pada desain berdasarkan penelitian Said menyebutkan sebesar 73,5% dari responden memilih alasan sepeda motor listrik kurang diminati berdasarkan desain yang kurang sesuai. Jadi dapat dikatakan bahwa desain atau keunikan produk mempengaruhi minat tetapi berpengaruh secara negatif.[26]. Desain motor listrik sangat penting dalam memenuhi permintaan masyarakat akan kendaraan listrik sesuai pernyataan Abdalla, kendaraan Motor listrik akan menjadi kendaraan yang digunakan oleh banyak orang di masa yang akan datang, karena masyarakat memiliki selera beragam, maka perlu adanya desain kendaraan yang bisa memenuhinya.[27].

# Pendahuluan

Berangkat dari fenomena yang terjadi, dan dengan adanya celah antara penelitian yang sebelumnya telah dilakukan. Serta melihat kondisi lalu lintas yang padat di Kota Sidoarjo yang berpengaruh buruk terhadap lingkungan. Oleh karena itu, inovasi penggunaan sepeda motor listrik dapat menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Namun partisipasi masyarakat yang berperan penting dalam penggunaan sepeda motor listrik ini. Maka dari itu dalam penelitian ini meneliti tentang faktor yang memengaruhi minat beli masyarakat terhadap sepeda motor listrik.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)



## Rumusan Masalah

Faktor Kepedulian Lingkungan, Pengaruh Gaya Hidup serta Keunikan Produk dalam Menarik Minat Beli Masyarakat terhadap Sepeda Motor Listrik



## Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada sepeda motor listrik?
2. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat pada produk sepeda motor listrik?
3. Apakah keunikan produk mempengaruhi masyarakat dalam minat beli terhadap sepeda motor listrik?

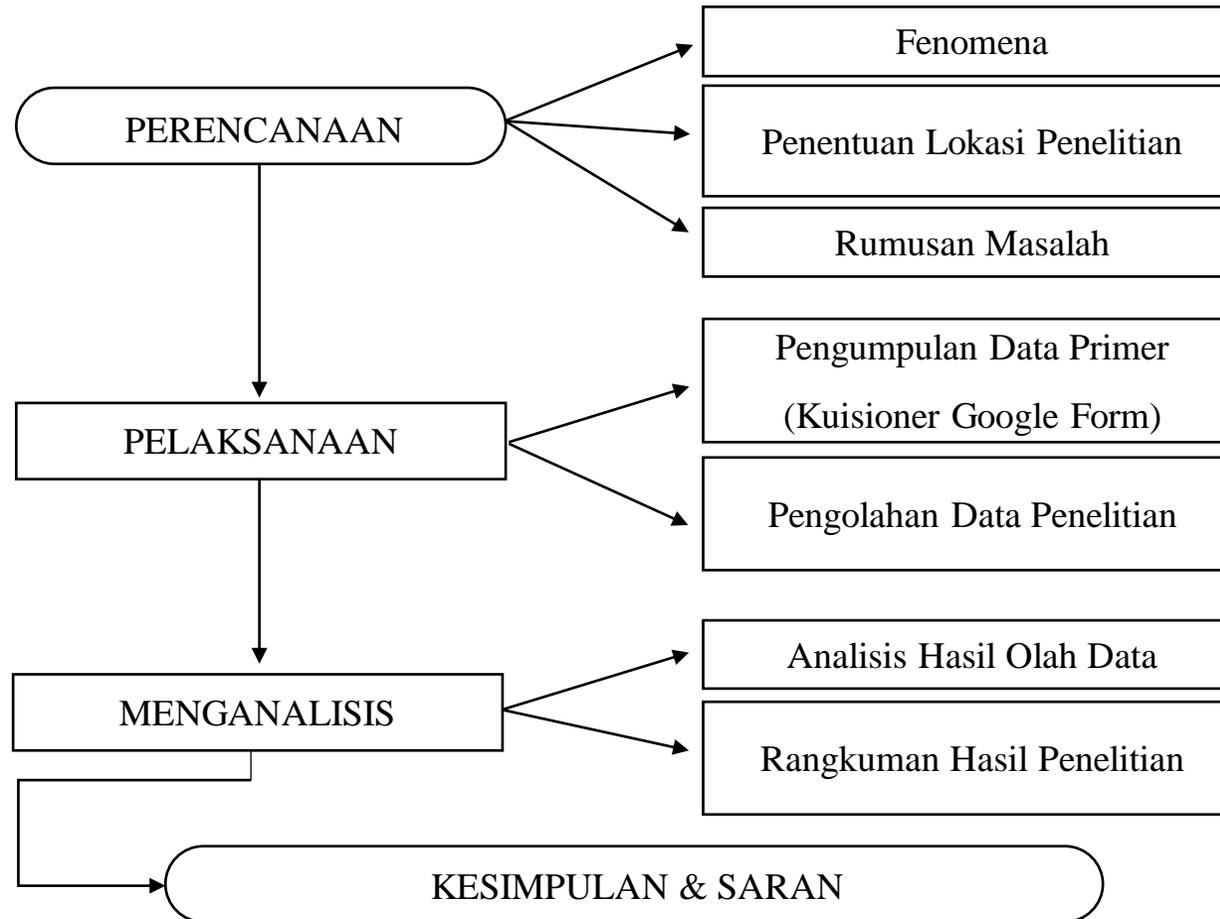


## Kategori SDGs

Penelitian ini berfokus pada *sustainable development goals* pilar poin 9 yakni Industri, Inovasi dan Infrastruktur yang berkelanjutan. Juga dalam penelitian ini erat kaitannya dengan SDGs 13 mengenai

Penanganan Perubahan Iklim.

# Alur Penelitian



# Metode Penelitian



## Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, karena penelitian ini menggunakan data berupa angka yang nantinya dianalisis menggunakan alat statistik.



## Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.



## Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah warga masyarakat Kota Sidoarjo



## Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini dipilih secara acak atau menggunakan Teknik *random sampling* dengan kriteria pengguna sepeda motor, karena jumlah sampel yang relative besar dan tidak dapat diketahui pasti, maka Rumus Cochran digunakan sebagai patokan dalam mengukur jumlah sampel.[37]., maka ditentukan jumlah sampel

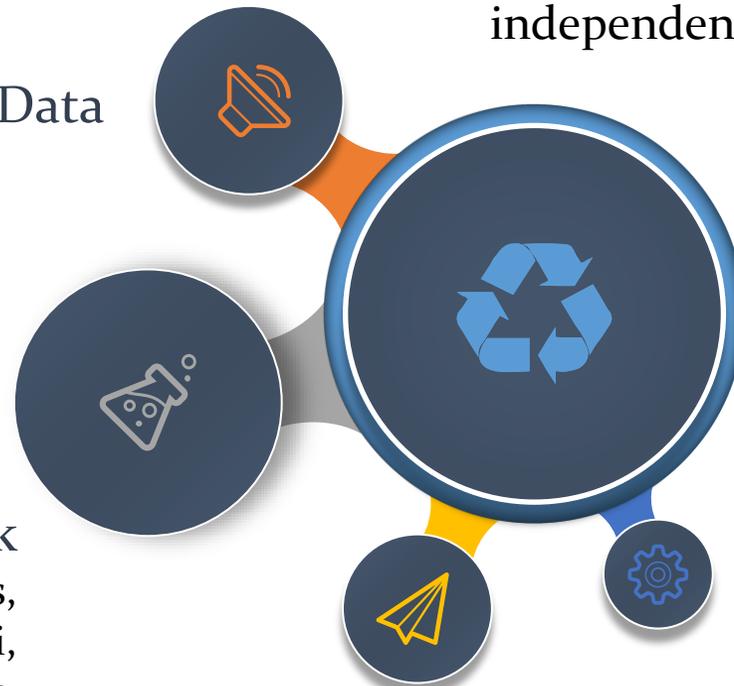
penelitian ini minimal 97 responden.[38].

# Metodologi Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu alat ukur yang digunakan untuk mengukur hubungan suatu variabel independen dan variabel dependen

Uji Instrumen atau Kualitas Data  
(Uji Validitas dan Uji Reabilitas)

Uji Asumsi Klasik  
(Uji Normalitas,  
Uji Autokolerasi,  
Uji Heteroskedastisitas,  
Uji Multikolonieritas dan  
Uji Linearitas)



Analisis Regresi  
Linier Berganda

Olah Data

Dalam penelitian ini data kuantitatif diolah menggunakan alat statistik SPSS 24

Pengujian Hipotesis

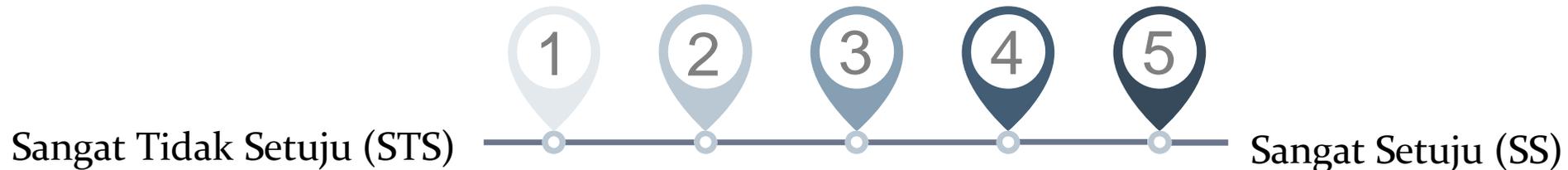
Uji T, Uji Koefisien Korelasi (R),  
Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

# Metodologi Penelitian

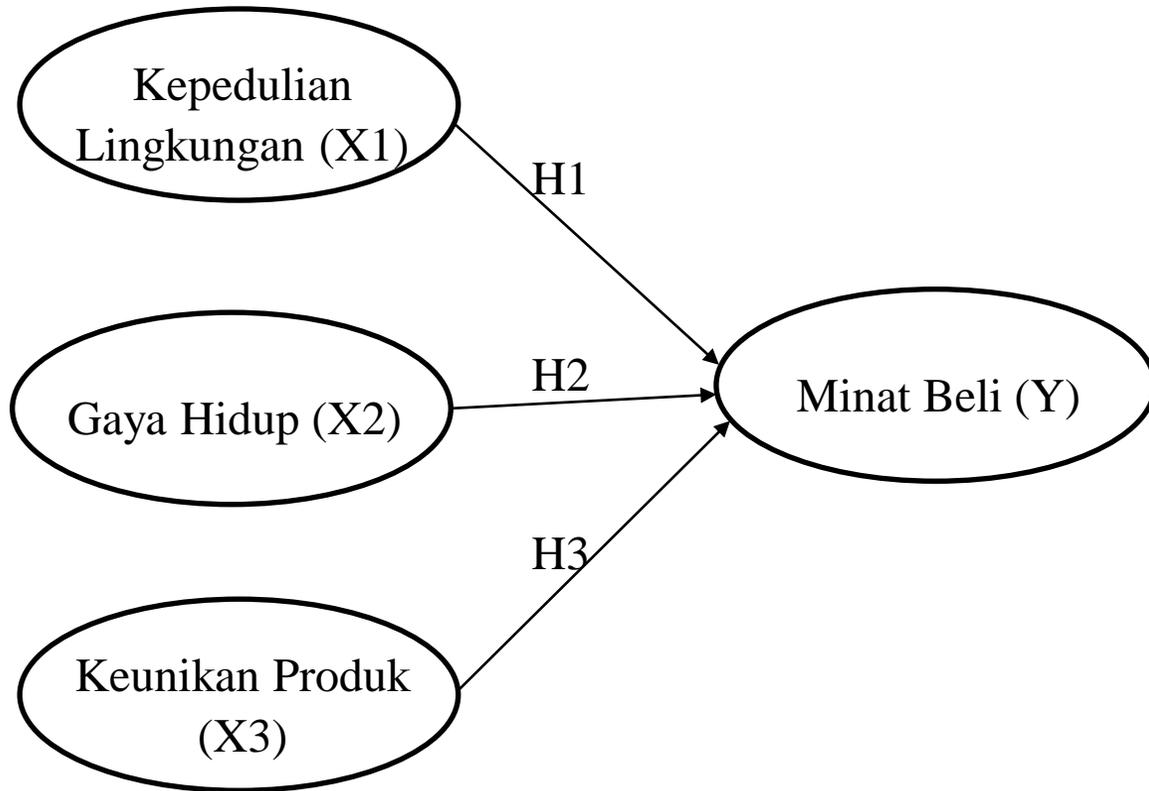
## Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner, tingkat pengukurannya menggunakan skala *interval* serta jawaban yang diperoleh akan diukur menggunakan skala *likert* untuk mengetahui bobot penilaian pengukuran dari responden

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5



# Kerangka Konseptual



Berdasar kerangka konseptual tersebut maka dijelaskan Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

**H1** : Kepedulian Lingkungan berpengaruh terhadap minat beli pada produk kendaraan sepeda motor Listrik .

**H2** : Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat beli pada produk kendaraan sepeda motor Listrik .

**H3** : Keunikan Produk berpengaruh terhadap minat beli pada produk kendaraan sepeda motor Listrik

# Hasil dan Pembahasan

## Deskripsi Karakteristik Responden

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Jenis kelamin	97	1	2	1,61	0,491
Usia	97	1	4	1,98	0,935
Pekerjaan	97	1	4	1,80	1,067
Kepemilikan	97	1	2	1,67	0,473
<i>Valid N (listwise)</i>	97				

Pada hasil analisis deskriptif pada tabel uji statistik di atas untuk karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh persentase responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 39,2% dan 60,8% merupakan responden perempuan. Pada karakteristik responden berdasarkan usia persentase pilihan rentang usia 34,0% responden berusia 18-22 tahun, 44,3% responden berusia 23-27 tahun, 11,3% responden berusia 28-33 tahun, dan sisanya sebesar 10,3% merupakan responden berusia di atas 33 tahun. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya responden 55,7% merupakan mahasiswa/pelajar, kemudian sebesar 20,6% dari kalangan pegawai swasta, 11,3% responden berasal dari wiraswata dan sisanya 12,4% merupakan responden dengan kriteria lainnya yang tidak disebutkan. Dan karakteristik responden yang terakhir yakni berdasarkan kepemilikan terhadap sepeda motor listrik, dengan persentase responden yang memiliki sepeda motor listrik atau dengan kata lain sudah pernah membeli sebesar 33% dan sisanya sebesar 67% merupakan responden yang tidak memiliki sepeda motor listrik atau belum membeli.

# Hasil dan Pembahasan

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	Construct	Keterangan
Kepedulian Lingkungan (X1)	X <sub>1.1</sub>	<b>0,706</b>	0,3	Valid
	X <sub>1.2</sub>	<b>0,771</b>		Valid
	X <sub>1.3</sub>	<b>0,772</b>		Valid
	X <sub>1.4</sub>	<b>0,728</b>		Valid
Gaya Hidup (X2)	X <sub>2.1</sub>	<b>0,868</b>		Valid
	X <sub>2.2</sub>	<b>0,888</b>		Valid
	X <sub>2.3</sub>	<b>0,793</b>		Valid
Keunikan Produk (X3)	X <sub>3.1</sub>	<b>0,653</b>		Valid
	X <sub>3.2</sub>	<b>0,668</b>		Valid
	X <sub>3.3</sub>	<b>0,794</b>		Valid
	X <sub>3.4</sub>	<b>0,752</b>		Valid
	X <sub>3.5</sub>	<b>0,755</b>		Valid
	X <sub>3.6</sub>	<b>0,812</b>	Valid	
Minat Beli (Y)	Y <sub>1.1</sub>	<b>0,593</b>	Valid	
	Y <sub>1.2</sub>	<b>0,593</b>	Valid	
	Y <sub>1.3</sub>	<b>0,661</b>	Valid	
	Y <sub>1.4</sub>	<b>0,776</b>	Valid	

## Uji Validitas

Analisis sebuah faktor guna mengkorelasikan jumlah faktor dengan nilai yang di ukur, menurut Sugiyono untuk mengukur sebuah faktor merupakan konstruk yang kuat, jika korelasi antar masing-masing faktor bernilai positif dan lebih besar dari 0,3. Oleh karena itu, berdasarkan analisis faktor dapat disimpulkan bahwa item tersebut memiliki validitas konstruk yang sangat baik. Jika nilai korelasi kurang dari 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan tersebut tidak valid dan harus dimodifikasi atau dibuang.[37].

# Hasil dan Pembahasan

## Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	$r_{\text{kritis}}$	Keterangan
Kepedulian Lingkungan (X1)	0,731	0,6	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,807		Reliabel
Keunikan Produk (X3)	0,836		Reliabel
Minat Beli (Y)	0,741		Reliabel

Penujian in dilakukan untuk menunjukkan tingkat presisi, akurasi, dan konsistensi bahkan ketika kuesioner digunakan lebih dari satu kali pada waktu yang berbeda.[37]. Uji reliabilitas yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS, yaitu uji statistik *Cronbach Alpha*. Dimana suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.[45].

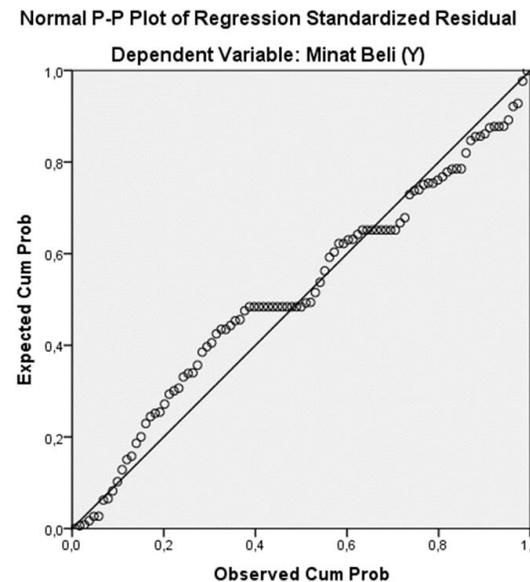
# Hasil dan Pembahasan

## Uji Normalitas

Pengujian ini digunakan untuk menilai sebaran data dalam suatu kelompok atau variabel, untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak.[46]. Metode *non parametric one Kolmogorov Smirnov* dipilih sebagai metode uji dalam penelitian.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N			97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		0,000000
	Std. Deviation		1,35913969
Most Extreme Differences	Absolute		0,115
	Positive		0,067
	Negative		-0,115
Test Statistic			0,115
Asymp. Sig. (2-tailed)			,003 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,146 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,137
		Upper Bound	0,156

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai dari uji Kolmogorov smirnov sebesar 0,114 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Sehingga disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.



Pada pengujian ini menunjukkan bahwa grafik *normal probability plot* yang mensyaratkan jika sebaran data terletak pada wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dapat dikatakan berdistribusi dengan normal.

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.



# Hasil dan Pembahasan

## Uji Linearitas

Merupakan syarat analisis korelasi *pearson* atau *regresi linier*. Uji linearitas menjelaskan bahwa tujuan dari uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linier yang signifikan atau tidak. Untuk menentukan apakah suatu data bersifat linier atau tidak, dapat dilihat tingkat signifikansi pada uji linieritas, dalam penelitian ini menggunakan metode *test for linierity* dengan ketentuan tingkat signifikansi harus lebih kecil dari 0,05.

Variabel	<i>Sig Linearity</i>	Kondisi	Kesimpulan
X1*Y	0,000	Sig. <0,05	Linier
X2*Y	0,000	Sig. <0,05	Linier
X3*Y	0,000	Sig. <0,05	Linier

# Hasil dan Pembahasan

## Uji Autokorelasi

Metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi antara nilai-nilai yang berdekatan dalam rangkaian data yang diurutkan menurut waktu. Ketika ada korelasi, maka disebut *problem* autokorelasi, yang biasaya terjadi pada regresi dengan data deret waktu seperti periodik, mingguan, bulanan, dll. Uji autokorelasi bisa dilakukan dengan menggunakan pengujian pada uji durbin watson (DW), dimana nilai standart yang digunakan dalam suatu penelitian dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai durbin watson di bawah 5.

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	, 973 <sup>a</sup>	0,946	0,944	1,381	1,797

# Hasil dan Pembahasan

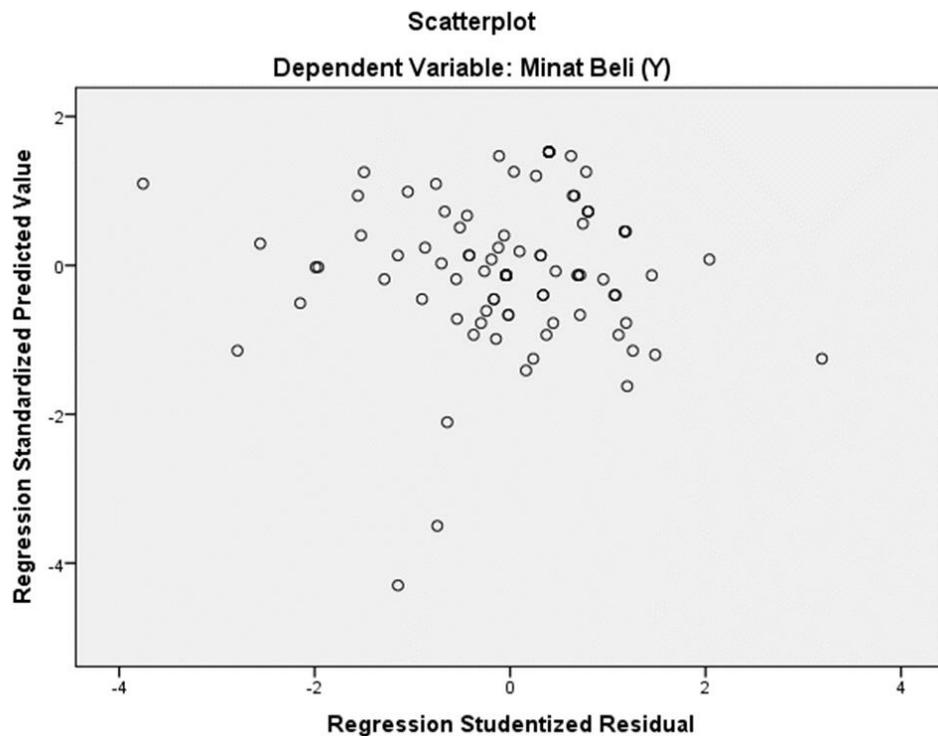
## Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Pada model regresi uji multikolinieritas diukur dengan VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai VIF kurang dari atau sama dengan 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka multikolinieritas dinyatakan tidak ada..

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kepedulian Lingkungan (X1)	0,237	4,218
Gaya Hidup (X2)	0,287	3,481
Keunikan Produk (X3)	0,144	6,952

# Hasil dan Pembahasan

## Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang terbentuk dan titik-titik pencar tersebar secara acak baik di atas angka 0 maupun di bawah angka 0 sumbu vertikal atau sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada pengujian ini.

# Hasil dan Pembahasan

## Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficient Beta	T	Sig
	Unstandardized coefficients				
	B	Std Error			
(Constant)	2,431	1,028		2,364	0,20
Kepedulian Lingkungan (X1)	0,305	0,124	0,121	2,450	0,016
Gaya Hidup (X2)	0,309	0,125	0,111	2,469	0,015
Keunikan Produk (X3)	1,210	0,100	0,769	12,091	0,000

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya keempat variabel sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$

$$Y = 2,431 + 0,305 X_1 + 0,309 X_2 + 1,210 X_3 + e_1$$

Nilai konstanta yang bernilai positif 2,431. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu kepedulian lingkungan, gaya hidup dan Keunikan Produk, maka nilai variabel terikat yaitu minat beli tetap konstan sebesar 2,431.

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,305 antara variabel Kepedulian Lingkungan dengan minat beli. Menunjukkan adanya hubungan secara positif, jika variabel Kepedulian Lingkungan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 0,305.

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,309 antara variabel Gaya Hidup dengan minat beli berhubungan secara positif, jika variabel Gaya Hidup mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 0,309.

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 1,210 antara variabel Keunikan Produk dengan minat beli berhubungan secara positif, jika variabel Keunikan Produk mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 1,210.

# Hasil dan Pembahasan

## Pengujian Hipotesis (Uji Parsial (T))

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2,431	1,028		2,364	0,20	
1	Kepedulian Lingkungan (X1)	0,305	0,124	0,121	2,450	0,016
	Gaya Hidup (X2)	0,309	0,125	0,111	2,469	0,015
	Keunikan Produk (X3)	1,210	0,100	0,769	12,091	0,000

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui variabel Kepedulian Lingkungan, Gaya Hidup dan Keunikan Produk berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel Minat Beli. Jika hasil uji-t menghasilkan yang berarti semua Hipotesis dalam penelitian ini diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dapat dilihat pada tabel tersebut ke-tiga variabel memiliki hasil signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti semua Hipotesis dalam penelitian ini diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig < 0,05) maka hipotesis penelitian diterima.

# Hasil dan Pembahasan

## Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 <sup>a</sup>	0,946	0,944	1,381

Nilai korelasi berganda menunjukkan nilai 0,973 atau 97,3% yang artinya keeratan hubungan variabel bebas dan terikat sebesar 97,3% yang merupakan hubungan yang sangat kuat sesuai dengan tabel interpretasi korelasi

Interpretasi Kisaran nilai Koefisien Korelasi	Nilai Korelasi (hubungan variabel X dan Y)
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang/ Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

# Hasil dan Pembahasan

## Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 <sup>a</sup>	0,946	0,944	1,381

Berdasarkan hasil diatas nilai  $R^2$  semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari hasil pengujian determinan berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,944 atau 94,4%, dapat dijelaskan bahwa variabel Kepedulian Lingkungan Gaya hidup dan Keunikan Produk dapat menjelaskan tentang variabel minat beli dalam penelitian ini dan sisanya merupakan variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.

# Hasil dan Pembahasan

**Hipotesis pertama : Kepedulian Lingkungan berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo.**

Berdasarkan dari hasil analisis data membuktikan bahwa Kepedulian Lingkungan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan mengerti dampak penggunaan bahan bakar minyak berminat memiliki kendaraan sepeda motor listrik . Karena sepeda motor listrik dianggap sebagai kendaraan yang menggunakan sumber daya yang ramah lingkungan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori, Seorang individu yang memiliki pengetahuan tentang lingkungan akan condong memiliki kepedulian lingkungan yang kuat, sehingga mereka tertarik dan lebih memilih produk-produk yang bersifat ramah lingkungan.[27]. Dimana kepedulian dan pengetahuan lingkungan berperan penting dalam mendorong masyarakat untuk mengadopsi perilaku yang ramah lingkungan.[26].

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang membuktikan kepedulian lingkungan mempengaruhi minat beli konsumen. Pada penelitian Gandajati dan Mahyuni, kepedulian lingkungan dan nilai harga yang dirasakan mempengaruhi minat beli kendaraan listrik pada gen y.[9]. Hasil serupa juga didapat dalam penelitian Jayasingh, menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kendaraan roda dua listrik di India.[10].

# Hasil dan Pembahasan

**Hipotesis kedua : Gaya Hidup berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo. Hasil analisis melalui pengukuran indikator pada gaya hidup, menunjukkan bahwa konsumen menilai bahwa sepeda motor memudahkan aktivitas sehari-hari serta dengan adanya kendaraan bertenaga listrik ini dapat mengurangi polusi udara.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan Gaya Hidup menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keinginan seseorang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berperilaku dan pada akhirnya menentukan pilihan konsumsi seseorang.[29].

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang membuktikan variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat pembelian sepeda motor listrik. Penelitian Yusuf mendapati hasil bahwa gaya hidup warga daerah Bandung cocok memakai sepeda motor listrik. Hal ini Sesuai dengan variabel yaitu minat beli sepeda motor listrik dipengaruhi oleh gaya hidup dengan hasil positif signifikan.[13].

# Hasil dan Pembahasan

**Hipotesis ketiga : Keunikan Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo.**

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa Keunikan Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen tertarik terhadap keberagaman Keunikan Produk sepeda motor listrik. Sehingga konsumen berminat membeli kendaraan sepeda motor listrik.

Hasil penelitian sesuai dengan teori yang menyatakan Keunikan Produk merupakan karakteristik dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan dengan keunikan tersendiri atau ciri khas dari produk tersebut. Sebuah produk harus keunikan, hal ini dimaksudkan supaya dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.[21].

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang membuktikan bahwa Keunikan Produk secara berpengaruh secara terhadap minat. Salah satu bentuk keunikan adalah pada desain berdasarkan penelitian Said pada 2022, dikatakan bahwa desain atau keunikan produk mempengaruhi minat beli sepeda motor listrik.[17].

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kepedulian Lingkungan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki kepedulian lingkungan pengaruh besar terhadap minat beli produk ramah lingkungan.
2. Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa kendaraan sepeda motor listrik cocok dengan gaya hidup masyarakat kota sidoarjo.
3. Keunikan Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan desain bentuk dari Keunikan Produk yang ada pada sepeda motor listrik membuat konsumen merasa tertarik sehingga melakukan pembelian.

# Referensi

- [1] S. Sadya, "Polri Catat 152,51 Juta Kendaraan Di Indonesia Pada 2022," DataIndonesia.Id, 2 Januari 2023. <https://DataIndonesia.Id/Sektor-riil/Detail/Polri-catat-15251-juta-kendaraan-di-indonesia-pada-2022> (Diakses 4 Februari 2023).
- [2] S. Sudarti, Y. Yushardi, Dan N. Kasanah, "Analisis Potensi Emisi Co2 Oleh Berbagai Jenis Kendaraan Bermotor Di Jalan Raya Kemantren Kabupaten Sidoarjo," J. Sumberd. Alam Dan Lingkung., Vol. 9, No. 2, Hlm. 70–75, Agu 2022, Doi: 10.21776/Ub.Jsal.2022.009.02.4.
- [4] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Bangun Ekosistem Kendaraan Listrik, Kemenperin Terapkan Peta Jalan Pengembangan Kblbb," Kemenperin.Go.Id, 5 Oktober 2021. <https://Kemenperin.Go.Id/Artike/22889/Bangun-ekosistem-kendaraan-listrik,-kemenperin-terapkan-peta-jalan-pengembangan-kblbb> (Diakses 4 Februari 2023).
- [6] Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi, "Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi - Subsidi Kendaraan Listrik Berbasis Baterai Dimulai 20 Maret 2023," Menpan.Go.Id, 6 Maret 2023. <https://Www.Menpan.Go.Id/Site/Berita-terkini/Berita-daerah/Subsidi-kendaraan-listrik-berbasis-baterai-dimulai-20-maret-2023> (Diakses 18 Maret 2023).
- [25] M. J. Ismail, "Pendidikan Karakter Peduli Lingkungan Dan Menjaga Kebersihan Di Sekolah," Guru Tua J. Pendidik. Dan Pembelajaran, Vol. 4, No. 1, Hlm. 59–68, 2021, Doi: 10.31970/Gurutua.V4i1.67.
- [27] Adelia Dan H. Tunjungsari, "Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ramah Lingkungan," J. Manaj. Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 7, Hlm. 151–163, Jan 2023, Doi: 10.24912/Jmbk.V7i1.22478.
- [28] F. Maulidah Dan I. Russanti, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas," Paradoks J. Ilmu Ekon., Vol. 4, No. 2, Hlm. 508–516, 2021.
- [29] B. E. Tae Dan J. L. Bessie, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention)(survei Pada Pelanggan The Kings Resto Kupang)," J. Transform. Unkriswina Sumba, Vol. 10, No. 1, 2021.
- [19] M. R. Adonis Dan Y. B. R. Silintowe, "Desain Produk, Kualitas Produk, Citramerek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y," J. Cap., Vol. 4, No. 1, Hlm. 118–138, 2021.
- [21] P. D. Andriani, "Peran Citra Merek Dan Negara Asal Produk Dalam Hubungan Kausal Antara Kualitas Produk Dan Kesiediaan Pengguna Untuk Melakukan Komunikasi Getok-tular (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna Smartphone Android Merek Samsung)," S1, Uajy, 2014. Diakses: 6 April 2023. [Daring]. Tersedia Pada: <https://E-journal.Uajy.Ac.Id/6707/>
- [9] A. F. Gandajati Dan L. P. Mahyuni, "Kendaraan Listrik Di Mata Gen Y: Faktor Apa Yang Menjelaskan Minat Belinya?," Forum Ekon., Vol. 24, No. 4, Hlm. 717–723, 2022, Doi: 10.30872/Jfor.V24i4.10436.
- [10] S. Jayasingh, T. Girija, Dan S. Arunkumar, "Factors Influencing Consumers' Purchase Intention Towards Electric Two-wheelers," Sustain. Switz., Vol. 13, No. 22, Nov 2021, Doi: 10.3390/Su132212851.
- [11] A. Ahdira, "Bukan Kebutuhan, Tren Mobil Listrik Di Indonesia Disebut Hanya Ikut-ikutan," Pikiran-rakyat.Com, 28 Januari 2021. <https://Www.Pikiran-rakyat.Com/Otomotif/Pr-016170951/Bukan-kebutuhan-tren-mobil-listrik-di-indonesia-disebut-hanya-ikut-ikutan> (Diakses 5 Februari 2023).
- [12] Polestar Press, "Polestar Cars Finds Majority Of Us Drivers Don't Purchase Electric Vehicles For Environmental Reasons," Media.Polestar.Com, 26 Juli 2022. <https://Media.Polestar.Com/Us/En/Media/Pressreleases/656722> (Diakses 5 Februari 2023).
- [13] M. Yusuf, "Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Motor Listrik Menggunakan Metode Sem - Pls," G-tech J. Teknol. Terap., Vol. 6, No. 2, Hlm. 241–248, Sep 2022, Doi: 10.33379/Gtech.V6i2.1685.
- [14] Charta Politika Indonesia, "Laporan Survei Nasional Survei Preferensi Sosial Dan Politik Masyarakat Tahun 2022," Dalam Charta Politika, Jakarta: Chartapolitika.Com, Sep 2022, Hlm. 29. Diakses: 18 Maret 2023. [Daring]. Tersedia Pada: <https://Www.Chartapolitika.Com/Hasil-rilis-survei-nasional-kondisi-sosial-politik-dan-peta-elektoral-pasca-kenaikan-harga-bbm/>
- [15] A. F. Nadiya Dan A. Ishak, "Analisis Niat Beli Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan," Sel. Manaj. J. Mhs. Bisnis Manaj., Vol. 01, No. 03, Hlm. 186–204, 2022.
- [16] S. S. Elida, T. Wahyuarini, Dan E. Sofiana, "Kebutuhan Konsumen Untuk Keunikan, Pengetahuan Lingkungan, Sikap, Minat Pembelian Mobil Listrik," Forum Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 11, No. 2, Hlm. 324–337, Mar 2022.
- [17] F. A. Said, H. Adiluhung, Dan Y. Pujiraharjo, "Perancangan Sepeda Motor Listrik Untuk Masyarakat Urban Dipertanian," Eproceedings Art Des., Vol. 9, No. 1, 2022.
- [18] E. A. Abdalla, "Analisis Kinerja Sepeda Motor Listrik Berdesain Klasik," J. Mirai Manag., Vol. 7, No. 2, Hlm. 278–282, 2022.
- [37] D. Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&d," 2013.
- [38] G. C. Callista, "Analisis Pengaruh Karakteristik Bisnis Startup Terhadap Keputusan Investasi," 2019.
- [44] L. M. Nasution, "Statistik Deskriptif," *Hikmah*, Vol. 14, No. 1, Hlm. 49–55, 2017.
- [46] L. Yulhawati, L. M. Christy, N. Layliya, J. J. Thenariato, Dan I. R. Salim, *Pertolongan Pertama Pada Waktu Kuantitatif (P3k) Panduan Praktis Menggunakan Software Jasp*. Penerbit Universitas Ciputra, 2019.

