

Environmental Concern, Lifestyle Influence and Product Uniqueness Factors Driving Public to Purchase Intention in Electric Motorcycles

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

Muchammad Erdin Taslich Masra¹⁾, Herlinda Maya Kumala Sari²⁾, Rita Ambarwati Sukmono³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

³⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

192010200193@umsida.ac.id, herlindamayakumala@umsida.ac.id, ritaambarwati@umsida.ac.id

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of consumer buying interest in electric motorcycle products through Environmental Concern, Lifestyle and Product Uniqueness in Sidoarjo. Research using quantitative methods descriptive research type using. Sampling in this study using the Random Sampling method with the number of samples in this study were 97 respondents. This study uses data collection techniques by distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS statistical tools. The results of this study indicate that Environmental Concern, Lifestyle and Product Uniqueness affect consumer buying interest in electric motorcycle products in Sidoarjo city.*

Keywords. *Environmental Concern, Lifestyle, Product Uniqueness, Purchase Intention, Electric Motorcycle*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik melalui Kepedulian Lingkungan, Gaya Hidup dan Keunikan Produk di Sidoarjo. Penelitian menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Random Sampling dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepedulian Lingkungan, Gaya Hidup dan Keunikan Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di kota Sidoarjo.

Kata Kunci . *Kepedulian Lingkungan, Gaya Hidup, Keunikan Produk, Minat Beli, Sepeda Motor Listrik*

I. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu kebutuhan di era modern ini, karena manusia perlu berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan cepat dan efisien. Kegiatan transportasi, umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti bekerja, pendidikan, berbelanja, dan kegiatan lainnya. Kendaraan bermotor merupakan jenis alat transportasi yang paling banyak diminati dan digunakan. Hal tersebut terlihat dari meningkatnya jumlah kendaraan bermotor yang teregistrasi di setiap tahunnya. Menurut data dari Korlantas Polri, terdapat lebih dari 152 juta unit kendaraan yang terdaftar di Indonesia per tanggal 3 Januari 2023.[1]. Jumlah kendaraan yang melebihi setengah dari jumlah populasi penduduk Indonesia ini menimbulkan berbagai persoalan, yakni menjadikan kebutuhan bahan bakar juga semakin meningkat. karena disebabkan kebanyakan kendaraan di Indonesia menggunakan bahan bakar minyak (BBM). Permintaan bahan bakar yang tinggi ini dapat menimbulkan harga bahan bakar menjadi naik dan berakibat pada masalah keuangan negara.

Selain berdampak pada ekonomi, pemakaian BBM ini juga berdampak pada kesehatan dan lingkungan. Polusi udara yang dihasilkan dari gas buang kendaraan bermotor berbahan bakar minyak ini dapat mempengaruhi kesehatan manusia serta lingkungan, contohnya memicu gangguan pernapasan, menyebabkan kerusakan pada tanaman dan hewan, hingga mempengaruhi kualitas udara dan tanah. Dengan semakin banyaknya kendaraan yang beroperasi di jalanan, maka semakin tinggi pula tingkat emisi CO₂ yang dihasilkan. Hal ini terbukti dari hasil penelitian Sudarti pada tahun 2022 menunjukkan bahwa sepeda motor menjadi penyumbang emisi CO₂ terbesar dibandingkan dengan 4 jenis kendaraan bermotor lainnya (motor, mobil, truk, bus). dengan presentase sebesar 44% dari total emisi CO₂ di jalan raya.[2]. Pencemaran udara menjadi masalah yang harus diperhatikan dan menjadi tanggung jawab bersama. Penelitian Rezeki di tahun 2022 menunjukkan bahwa manusia memegang tanggung jawab besar terhadap kondisi lingkungan dan berkontribusi paling besar dalam mengakibatkan polusi udara.[3].

Upaya menanggulangi dampak buruk dari kendaraan bermotor yang menggunakan BBM, dapat dimulai dari tindakan pemerintah dan individu, melalui penggunaan teknologi yang lebih ramah lingkungan, meningkatkan kebijakan regulasi dan pengawasan, dan menyadarkan masyarakat mengenai kualitas lingkungan. Kendaraan listrik saat ini sedang populer dan menjadi salah satu alternatif pilihan yang baik untuk menanggulangi permasalahan lingkungan. Pemakaian kendaraan listrik bisa menjadi salah satu cara untuk mengurangi masalah terkait dengan emisi gas rumah kaca dan polusi udara. Untuk memastikan keberhasilan implementasi kendaraan bebas emisi secara luas, dibutuhkan kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, industri, dan masyarakat.

Langkah pemerintah dalam masalah lingkungan terlihat dari beberapa tahun terakhir, berdasarkan webpage Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, pemerintah gencar dalam membangun ekosistem kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (KBLBB). 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 regulasi tersebut, webpage Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada 15 Desember 2022 menginfokan bahwa Pemerintah Indonesia sedang memfinalisasi aturan insentif bagi pembelian mobil atau motor listrik yang diproduksi oleh perusahaan yang memiliki pabrik di Indonesia. (kemenperin.go.id).[5]. Lebih lanjut pemerintah Indonesia telah resmi menerbitkan aturan mengenai pemberian bantuan subsidi untuk pembelian Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) yang mencakup motor listrik dan mobil listrik. Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Penanaman Modal (Menko Marves) Luhut Binsar Pandjaitan juga telah mengumumkan secara resmi bahwa Bantuan subsidi tersebut dijadwalkan akan mulai diberlakukan pada tanggal 20 Maret 2023. (menpan.go.id).[6].

Upaya pemerintah harus didukung penuh oleh masyarakat, karena masyarakat merupakan elemen penting dalam penggerakan kebijakan pemerintah. Selain itu masyarakat juga memegang peran sangat penting dalam perbaikan kondisi lingkungan. Pada tahun 2020 berdasarkan penelitian Suparmadi menyatakan potensi penggunaan kendaraan listrik berupa sepeda motor listrik di Indonesia hanya 47% dari total responden dan 53% dari total responden mengalami kendala untuk beralih ke sepeda motor listrik.[7]. Namun Kementerian Koordinator Bidang Politik menyampaikan data terbaru dari Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menunjukkan bahwa total kendaraan listrik di Indonesia sampai dengan September 2022 mencapai 21.987 unit. Sepeda motor listrik menjadi jenis kendaraan listrik yang paling banyak dijual, dengan jumlah penjualan sebanyak 19.024 unit. (polkam.go.id).[8]. Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor listrik menjadi pilihan populer bagi masyarakat Indonesia untuk berkendara secara ramah lingkungan.

Minat beli kendaraan transportasi di Indonesia sangat tinggi, Minat beli adalah suatu kecenderungan atau keinginan seseorang untuk membeli atau melakukan tindakan terhadap suatu produk atau layanan.[9]. Sari menjelaskan Minat beli merupakan hasil dari proses pembelajaran dan pemikiran yang membentuk persepsi seseorang terhadap suatu produk atau layanan. Minat beli dapat muncul ketika seseorang memiliki persepsi positif terhadap suatu produk atau layanan dan merasa terdorong untuk membeli.[10]. Ferdinand dalam wahyuni tahun 2020 menyebutkan minat beli dapat didefinisikan berdasarkan indikator Minat transaksional Minat refrensial, Minat preferensial dan Minat eksploratif.[33]. Minat beli kendaraan di Indonesia dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi yang stabil, perubahan gaya hidup, daya beli masyarakat yang meningkat dan akses kredit kendaraan yang mudah. Selain itu, kendaraan juga dianggap sebagai simbol status sosial di Indonesia.

Berbagai faktor dapat mempengaruhi masyarakat tertarik kendaraan sepeda motor listrik. Kepedulian lingkungan menjadi salah satu faktor yang mendorong animo masyarakat terhadap kendaraan listrik, pada hasil penelitian Gandajati dan Mahyuni di tahun 2022 menemukan bahwa tingkat kepedulian lingkungan dan nilai harga yang dirasakan juga mempengaruhi minat beli.[11]. Hasil serupa juga didapat dalam penelitian Jayasingh tahun 2021 menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kendaraan roda dua listrik di India.[12]. 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. Ia mengatakan bahwa jumlah orang yang membeli mobil listrik karena peduli lingkungan masih sangat sedikit dibandingkan dengan mereka yang membeli mobil listrik untuk gaya dan status yang berbeda. (pikiran-rakyat.com).[13]. Hasil survey perusahaan merek mobil performa listrik premium Swedia, Polestar di Amerika Serikat melalui pihak ke tiga onepoll, menemukan bahwa kepedulian lingkungan bukan alasan utama para pengemudi AS membeli mobil listrik. Melainkan teknologi yang ditawarkan oleh kendaraan dengan jumlah persentase sebesar 55 persen. (media.polestar.com).[14].

Secara teori, peduli lingkungan merupakan sikap dan tindakan guna mencegah kerusakan lingkungan alam sekitar serta berusaha memperbaiki kerusakan yang telah ada.[15]. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Bhalla "The role of environmental concerns and knowledge of people to encourage people to adopt environmental-friendly behaviour..." dimana kepedulian dan pengetahuan lingkungan berperan penting dalam mendorong masyarakat untuk mengadopsi perilaku yang ramah lingkungan.[16]. Selain itu kepedulian konsumen terhadap lingkungan dapat membuat konsumen memilih produk yang dapat mengurangi dampak pencemaran lingkungan.[17]. Dikarenakan konsumen yang mempunyai kesadaran akan kepedulian terhadap lingkungan akan cenderung menggunakan produk yang berpengaruh

dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Sehingga, semakin tinggi tingkat dari rasa kepedulian konsumen terhadap lingkungan, akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan produk-produk yang lebih ramah lingkungan.[18]. Menurut Nurfidina untuk mengukur kepedulian lingkungan terhadap minat beli dapat menggunakan 4 indikator berikut, yaitu atribut produk, pengetahuan tentang masalah lingkungan, menyelamatkan lingkungan dari kerusakan, memanfaatkan sumber daya yang renewable.[19], [20].

Pengaruh gaya hidup juga dapat mendorong minat beli kendaraan sepeda motor listrik, terbukti dari penelitian yang dilakukan Yusuf di tahun 2022 mendapatkan hasil bahwa gaya hidup warga daerah Bandung cocok memakai sepeda motor listrik. Hal tersebut sesuai dengan penelitiannya yaitu niat beli sepeda motor listrik dipengaruhi oleh gaya hidup dengan hasil positif signifikan.[21]. Namun berdasarkan survei Charta Politika pada 2022 sebanyak 61 persen responden menyatakan bahwa mereka tidak berminat untuk membeli kendaraan listrik. Gaya hidup bukan menjadi faktor utama ketidakminatan masyarakat namun karena harga yang relatif masih mahal. Sehingga sesuai hasil tersebut maka gaya hidup berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli kendaraan listrik [22]. Selain itu pada penelitian Nadiya dan Ishak ditahun yang sama, menyatakan bahwa sikap yang merupakan bagian dari gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada produk inovasi ramah lingkungan.[18].

Gaya hidup didefinisikan sebagai sikap yang menunjukkan cara manusia menjalani hidup, memanfaatkan waktu, dan menggunakan uangnya.[23]. 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.[24]. Dalam mengukur pengaruh gaya hidup terhadap minat beli dapat menggunakan indikator teori gaya hidup menurut Sunarto dalam Somantri. Gaya hidup dapat diukur dengan indikator Activities /aktivitas, Minat (interest) kemudian terkhir Opini (opinion).[25].

Selain 2 faktor diatas, minat beli sepeda motor listrik juga dapat dipengaruhi keunikan yang dimiliki produk. Kehadiran kendaraan motor listrik dengan inovasi dan keunikannya akan mempengaruhi minat membeli. Penelitian Elida dan kawan-kawan di tahun 2022 menemukan bahwa kebutuhan konsumen untuk keunikan terhadap minat beli adalah positif namun tidak signifikan.[26]. Salah satu bentuk keunikan adalah pada desain berdasarkan penelitian Said pada 2022, dari 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.[27]. 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.[28].

Adonis dan Silintowe menjelaskan keunikan produk adalah salah satu bagian dari kelebihan suatu produk.[29]. Dengan kata lain keunikan produk adalah suatu ciri khas atau identitas yang membedakan produk dari produk sejenis di pasar, sehingga dapat menimbulkan suatu persepsi atau citra tertentu pada konsumen. (ukmindonesia.id).[30]. 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.[31]. Sumarsono dalam Khasanah menyebutkan bahwa keunikan produk dapat diukur menggunakan beberapa atribut indikator antara lain unik dan beda, adanya rasa puas, mudah untuk dikenali, menarik, bervariasi dan yang terkhir sesuai dengan harga.[32].

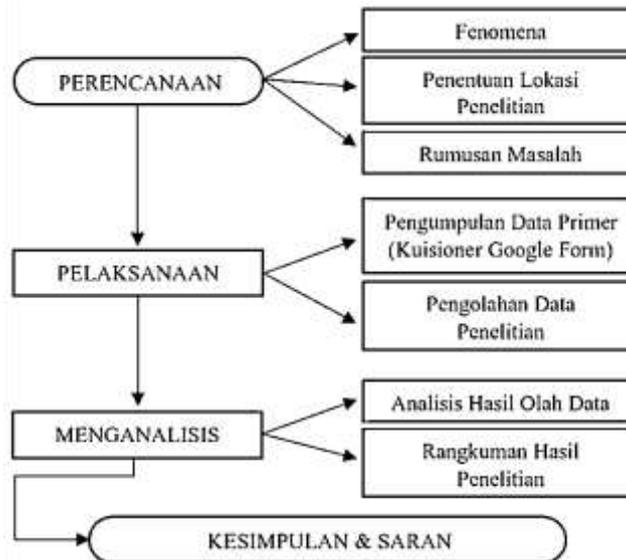
Berangkat dari fenomena yang terjadi, dan dengan adanya celah antara penelitian yang sebelumnya telah dilakukan. Serta melihat kondisi lalu lintas yang padat di Kota Sidoarjo yang berpengaruh buruk terhadap lingkungan. Oleh karena itu, inovasi penggunaan sepeda motor listrik dapat menjadi salah satu 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 mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap sepeda motor listrik.

Berdasarkan dari hasil penjabaran fenomena dan *research gap* yang diuraikan peneliti diatas maka dijabarkan penelitian lebih lanjut mengenai :

- Rumusan masalah** : Untuk mengetahui pengaruh kepedulian lingkungan, gaya hidup serta keunikan produk terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo.
- Pertanyaan penelitian** : Apakah kepedulian lingkungan, gaya hidup serta keunikan produk terhadap minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di Sidoarjo ?
- Tujuan Penelitian** : Untuk menguji minat beli konsumen terhadap sepeda motor listrik diukur dengan tiga variabel independen yaitu kepedulian lingkungan, gaya hidup serta keunikan produk dengan mengambil objek dari warga masyarakat di kota Sidoarjo.
- Kategori SDGs** : Sesuai dengan kategori SDGs 9 <https://sdgs.un.org/goals/goal9> tentang membangun infrastruktur yang tahan lama, mendukung industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan dan membantu perkembangan inovasi, dan masih terkait dengan kategori SDGs 13 <https://sdgs.un.org/goals/goal13> perihal Mengambil aksi segera untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya.[33].

II. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur dan memahami hubungan antar variabel.[34]. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini, yaitu Kepedulian Lingkungan (X1), Gaya Hidup (X2) dan Keunikan Produk (X3) dengan Minat Beli sebagai variabel (Y). Adapun alur penelitian dari penelitian tergambar dari diagram berikut.

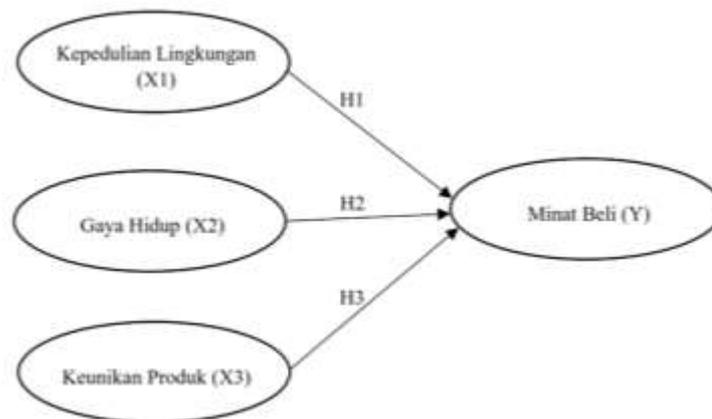


Gambar 1. Alur Penelitian

Pada tahapan pengumpulan data primer penelitian, dilakukan secara online melalui kuisisioner dengan menggunakan Google Form dan disebarakan melalui platform media sosial. Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala linkert yang umum digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, atau persepsi mengenai suatu peristiwa dan fenomena social, dengan berupa rentang pilihan jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).[35]. Wilayah Kota Sidoarjo di pilih menjadi lokasi penelitian, dengan warga masyarakat pengguna kendaraan sepeda motor konvensional sebagai populasi penelitian ini. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik Random Sampling. Teknik pengambilan sampel secara acak merupakan metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel.[36]. Untuk mengukur jumlah sampel yang relative besar dan tidak dapat diketahui pasti, maka penelitian ini menggunakan Rumus Cochran sebagai patokan dalam mengukur jumlah sampel.[37]. Dengan Menggunakan rumus tersebut dsn untuk menjaga keakuratan sampel yang digunakan, maka ditentukan jumlah sampel penelitian ini minimal 97 responden.[38].

Setelah proses pengumpulan data, data yang terkumpul kemudian akan olah dan diujikan dengan program SPSS. Adapun uji yang dilakukan dalam penelitian ini yakni, Uji validitas untuk memastikan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan benar-benar dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa konsisten suatu alat pengukur dalam memberikan hasil yang sama bila diulang.[39]. Kemudian tahapan Uji Asumsi Klasik untuk memastikan item regresi yang digunakan sudah benar dan valid. [38], [39]. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, linieritas, autokorelasi, multikolinieritas serta heterokedastisitas.[40]. Jika hasil uji menunjukkan adanya autokorelasi, maka dapat dilakukan metode analisis sehingga didapatkan hasil analisis penelitian berupa kesimpulan penelitian.[41].

Adapaun kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Dari kerangka konseptual di atas dapat diperoleh hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian diartikan sebagai dugaan atau pernyataan yang bersifat sementara tentang hubungan antar variabel yang bersifat logis. 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 .

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Analisis Deskriptif

Uji Analisis data merupakan langkah yang tidak boleh diabaikan kegiatan penelitian.[43]. Analisis deskriptif adalah bentuk analisis data penelitian yang bertujuan untuk menyajikan dan menggambarkan karakteristik data yang diperoleh dari satu sampel penelitian. Tujuan utama dari analisis deskriptif adalah untuk meringkas, mengorganisasi, dan menyajikan data secara statistik dan grafis agar dapat dipahami dengan lebih baik.[44]. Dalam penelitian ini diperoleh 97 responden dengan karakteristik berikut.

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

	<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				

Sumber : Data diolah (2023)

Pada hasil analisis deskriptif pada tabel uji statistik di atas diperoleh nilai *mean* untuk karakteristik responden berdasar jenis kelamin sebesar 1,61 dan standar deviasi 0,491 dengan persentase responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 39,2% dan 60,8% merupakan responden perempuan. Pada karakteristik responden berdasarkan usia nilai *mean* didapat sebesar 1,91 dengan standar deviasi sebesar 0,935, dengan 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 memiliki nilai *mean* sebesar 1,80 dan standar deviasi 1,067 dengan 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, didapatkan nilai *mean* sebesar 1,67 dan besar *standart deviation* 0,473, 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.

B. Uji Validitas

Variabel minat beli akan di ukur pada penelitian ini, apabila suatu instrumen dapat mengukur minat beli maka instrumen dapat dinyatakan valid. Cara mengukur validitas yaitu dengan membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung. Nilai r tabel dapat dilihat dari rumus $df=N-2$, dimana N adalah jumlah sampel. Dari perhitungan rumus *degree of freedom* diperoleh nilai 95 dan pada r tabel menunjukkan $95 = 0,1996$. Sehingga ditentukan ketentuan sebagai berikut yang dihasilkan dari analisis data adalah $df=(n-2)$:

- Data dinyatakan tidak valid jika nilai koefisien korelasi (R_{Hitung}) memiliki nilai lebih kecil atau lebih rendah dari 0,2.
- Data dinyatakan valid jika nilai koefisien korelasi (R_{Hitung}) memiliki nilai paling minimum adalah 0,2 atau jika nilai lebih diatasnya 0,2 maka data dapat dikatakan data valid.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepedulian Lingkungan (X1)	KL 1	0,706	0,1996	Valid
	KL 2	0,771		Valid
	KL 3	0,772		Valid
	KL 4	0,728		Valid
Gaya Hidup (X2)	GH 1	0,868		Valid
	GH 2	0,888		Valid
	GH 3	0,793		Valid
	KP 1	0,653		Valid
Keunikan Produk (X3)	KP 2	0,668		Valid
	KP 3	0,794		Valid
	KP 4	0,752		Valid
	KP 5	0,755		Valid
	KP 6	0,812		Valid
	MB 1	0,744		Valid
Minat Beli (Y)	MB 2	0,593		Valid
	MB 3	0,661		Valid
	MB 4	0,776	Valid	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari hasil perhitungan uji validitas didapatkan bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

C. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dan didapat hasil valid, maka dapat dilanjutkan dengan melakukan uji reabilitas 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 reabilitasnya *Cronbach Alpha* lebih besar dari (0,60).[45].

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kepedulian Lingkungan (X1)	0,731	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,807	Reliabel
Keunikan Produk (X3)	0,836	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,741	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai uji reliabilitas pada penelitian ini dinyatakan reliabel dengan hasil uji *Cronbach's Alpha* lebih besar dari (0,60). Pada variabel Kepedulian Lingkungan dengan nilai 0,731, Gaya Hidup

sebesar 0,807, Keunikan Produk sebesar 0,836 dan minat beli 0,741, Maka seluruh variabel dapat dinyatakan bahwa memiliki reliabilitas.

D. Uji Normalitas

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

- Data yang beredar dinyatakan tidak normal apabila nilai signifikansi pada uji *Kolmogrov Smirnov* bernilai kurang dari 0,05.
- Data yang beredar dinyatakan normal atau baik apabila nilai signifikansi pada uji *Kolmogrov Smirnov* bernilai sama atau lebih dari 0,05.

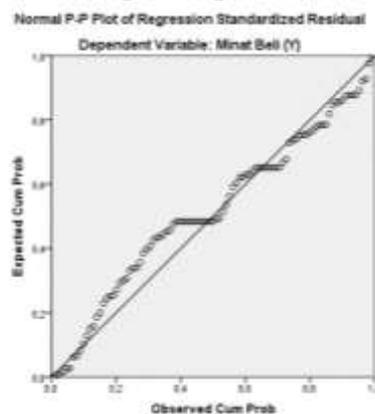
Tabel 4.Hasil Pengujian Normalitas

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

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.

Sumber : Data diolah (2023)

Hasil pengujian normalitas di atas menunjukkan nilai uji kolmogorov smirnov sebesar 0,146 dengan kata lain hasil tersebut lebih besar dari ketentuan uji sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal. lebih lanjut dapat dilihat melalui hasil *Plot of Regression Residual* untuk mengetahui normal atau tidak. jika sebaran data membentuk titik-titik yang mendekati garis diagonal maka data dikatakan berdistribusi normal.



Gambar 3. Normal Probability Plot

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan grafik *normal probability plot* dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebaran data terletak pada wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan dapat dikatakan berdistribusi dengan normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian normalitas pada penelitian ini menghasilkan data yang normal atau baik.

E. Uji Linieritas

Pengujian linieritas 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. Penelitian ini menggunakan metode *test for linierity* dengan ketentuan tingkat signifikansi harus lebih kecil dari 0,05.

Tabel 5. Uji Linieritas

Variabel	Sig Linearity	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

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Sig. Linearity* untuk seluruh variabel, didapatkan hasil sig. linearity < 0,05 maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini sudah linier.

F. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah 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 biasanya terjadi pada regresi dengan data deret waktu seperti periodik, mingguan, bulanan, dll. Uji autokorelasi bisa dilakukan dengan menggunakan pengujian pada uji Durbin Watson (DW), dengan nilai ketentuan nilai Durbin Watson dalam suatu penelitian di bawah 5, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,973 ^a	0,946	0,944	1,381	1,797

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai durbin watson sebesar 1,797 dengan kata lain masih dibawah standart terjadinya autokorelasi. Sehingga dengan kata lain, regresi berganda pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya autokorelasi.

G. 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 Sehingga lebih besar dari 0,1 maka multikolinieritas dinyatakan tidak ada.

Tabel 7. Uji Multikolinieritas

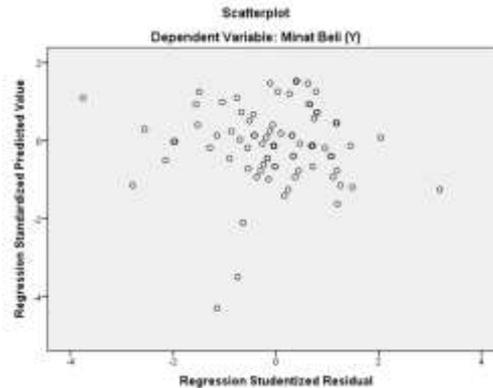
Model	Collinearity Statistic	
	Sehingga	VIF
Kepedulian Lingkungan (X1)	0,237	4,218
Gaya Hidup (X2)	0,287	3,481
Keunikan Produk (X3)	0,144	6,952

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai *variance inflation factor* (VIF) dari variabel Kepedulian Lingkungan sebesar 4,218 (<10) dengan nilai Sehingga 0,237>0,1, untuk variabel Gaya Hidup memiliki nilai sebesar 3,481 (<10) dengan nilai Sehingga 0,287>0,1, dan variabel Keunikan Produk sebesar 6,952 (<10) dengan nilai Sehingga 0,144>0,1, yang berarti regresi linier berganda dalam penelitian ini bebas multikolinieritas, atau dengan kata lain penelitian ini hubungan variabel tidak terjadi multikolinieritas.

H. Uji Heteroskedastisitas

Pola yang dihasilkan pengujian ini dikatakan baik, ketika diperoleh grafik tidak memiliki pola tertentu, misalnya mengumpul di tengah, menyempit lalu melebar atau sebaliknya, melebar dan menyempit. Jika uji titik mengembang dan membentuk pola beraturan dominan tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas. Namun ketika nilai-nilai tersebut tersebar pada sumbu vertikal model regresi, maka dinyatakan heteroskedastisitas tidak muncul.



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2023)

Dari gambar di atas terlihat 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.

I. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		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

Sumber : Data diolah (2023)

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

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

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

Berdasarkan hasil perolehan persamaan dapat dijelaskan makna dan arti koefisien regresi sebagai berikut :

1. Konstanta (a)

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.

2. Kepedulian Lingkungan

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,305 antara variabel Kepedulian Lingkungan dengan minat beli. Sehingga antara kedua variabel memiliki hubungan yang positif, dan dapat disimpulkan bahwa jika variabel Kepedulian Lingkungan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli ikut meningkat sebesar 0,305.

3. Gaya Hidup

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,309 antara variabel Gaya Hidup dengan minat beli. Sehingga antara kedua variabel memiliki hubungan yang positif, dan dapat disimpulkan bahwa jika variabel Gaya Hidup mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli ikut meningkat sebesar 0,309.

4. Keunikan Produk

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 1,210 antara variabel Keunikan Produk dengan minat beli. Sehingga antara kedua variabel memiliki hubungan yang positif, dan dapat disimpulkan bahwa jika variabel Keunikan Produk mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 1,210.

J. Uji Hipotesis Parsial (T)

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 signifikansi kurang dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka hipotesis penelitian diterima.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	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

Sumber : Data diolah (2023)

Pada hasil uji parsial (T) terhadap pengaruh setiap variabel X terhadap variabel minat beli (Y), Dengan menggunakan asumsi tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 dengan nilai degree of freedom sebesar $K=3$ dan $df_2=n-k-1$ ($97-3-1=93$) sehingga memperoleh t tabel 1,986 maka dapat diuraikain sebagai berikut :

a. Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Beli

Nilai t hitung variabel Kepedulian Lingkungan sebesar (2,450) sedangkan t tabel sebesar (1,986) maka nilai t hitung $>$ t tabel ($2,450 > 1,986$), sedangkan nilai signifikansi variabel (X1) terhadap variabel (Y) diperoleh sebesar 0,016 dimana nilai tersebut sesuai dengan ketentuan uji yaitu ($\text{sig} < 0,05$). Serta dengan pengaruh sebesar 0,305, sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara parsial variabel Kepedulian Lingkungan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di kota sidoarjo.

b. Gaya Hidup terhadap Minat Beli

Nilai t hitung variabel Gaya Hidup sebesar (2,469) sedangkan t tabel sebesar (1,986) maka nilai t hitung $>$ t tabel ($2,469 > 1,986$), sedangkan nilai signifikansi variabel (X2) terhadap variabel (Y) diperoleh sebesar 0,015 dimana nilai tersebut sesuai dengan ketentuan uji yaitu ($\text{sig} < 0,05$). Serta dengan pengaruh sebesar 0,309, sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara parsial variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di kota sidoarjo.

c. Keunikan Produk terhadap Minat Beli

Nilai t hitung variabel Kepedulian Lingkungan sebesar (12,091) sedangkan t tabel sebesar (1,986) maka nilai t hitung $>$ t tabel ($12,091 > 1,986$), sedangkan nilai signifikansi variabel (X3) terhadap variabel (Y) diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut sesuai dengan ketentuan uji yaitu ($\text{sig} < 0,05$). Serta dengan pengaruh sebesar 1,210, sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara parsial variabel Keunikan Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk sepeda motor listrik di kota sidoarjo.

K. Uji koefisien Korelasi Berganda (R)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	0,946	0,944	1,381

Sumber : Data diolah (2023)

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 dibawah ini.

Tabel 10. 1 Interpretasi koefisien 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

L. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)**Tabel 11.** Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	0,946	0,944	1,381

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil diatas nilai R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai tabel tersebut menjelaskan hasil dari pengujian determinan berganda (R^2) didapat sebesar 0,944 atau 94,4%, sehingga disimpulkan 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.

M. 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. Pentingnya kepedulian lingkungan dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap sepeda motor listrik terkait dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan, seperti polusi dan perubahan iklim. Konsumen yang prihatin akan masalah ini mencari alternatif yang lebih ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sepeda motor listrik menawarkan beberapa keuntungan lingkungan, seperti emisi rendah atau nol, pengurangan polusi udara, dan penggunaan sumber daya yang lebih efisien.

Hal ini selaras dengan indikator kepedulian lingkungan yang dipakai dalam penelitian yang meliputi 1) Atribut Produk dimana konsumen yang peduli terhadap lingkungan akan memberikan perhatian pada atribut produk yang ramah lingkungan, seperti sepeda motor listrik. 2) Pengetahuan tentang Masalah Lingkungan adalah ketika konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik tentang masalah lingkungan cenderung lebih peduli terhadap lingkungan. 3) Menyelamatkan Lingkungan dari Kerusakan yaitu sikap konsumen yang memiliki kesadaran untuk menyelamatkan lingkungan dari kerusakan akan cenderung tertarik pada produk yang berkontribusi dalam pengurangan polusi dan perubahan iklim. 4) Memanfaatkan Sumber Daya yang Terbarukan merupakan perilaku konsumen yang peduli terhadap lingkungan juga akan mempertimbangkan penggunaan sumber daya yang terbarukan dan 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.[17]. Ketika seseorang memiliki pemahaman tentang dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas manusia terhadap lingkungan, mereka lebih mungkin untuk menjadi sadar akan pentingnya melindungi lingkungan dan melakukan tindakan yang ramah lingkungan. Sehingga dengan kata lain kepedulian dan pengetahuan lingkungan berperan penting dalam mendorong masyarakat untuk mengadopsi perilaku yang ramah lingkungan.[16].

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang membuktikan kepedulian lingkungan mempengaruhi minat beli konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gandajati dan Mahyuni. Penelitian mereka menunjukkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan memengaruhi beli konsumen generasi Y terhadap kendaraan listrik. Kepedulian lingkungan memainkan peran penting dalam membentuk preferensi dan minat beli konsumen terhadap kendaraan listrik, terutama pada kelompok generasi Y. sehingga kepedulian lingkungan menjadi faktor motivasional yang kuat bagi generasi Y.[11]. Kepedulian lingkungan memainkan peran sentral dalam memotivasi konsumen untuk memilih kendaraan roda dua listrik di India. Kesadaran akan masalah polusi udara yang parah dan masalah lingkungan lainnya di negara tersebut telah memicu minat dan kepedulian terhadap solusi transportasi yang lebih ramah

lingkungan. Penelitian Jayasingh, bersama temuan lainnya, menggarisbawahi pentingnya kepedulian lingkungan sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kendaraan roda dua listrik.[12].

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 ini menunjukkan bahwa konsumen menilai bahwa sepeda motor memudahkan aktivitas sehari-hari serta dengan adanya kendaraan bertenaga listrik ini dapat mengurangi polusi udara. Persepsi bahwa sepeda motor listrik dapat memudahkan aktivitas sehari-hari konsumen dapat menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi minat beli mereka. Penggunaan sepeda motor listrik dapat menjadi solusi yang praktis dan efisien untuk transportasi sehari-hari, terutama di daerah perkotaan dengan lalu lintas yang padat.

Sejalan dengan hasil analisis melalui pengukuran indikator pada gaya hidup. Berdasarkan 3 indikator meliputi 1) Aktivitas (*Activities*) merupakan Indikator yang mencakup aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh konsumen. Pengukuran aktivitas dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana konsumen menjalani kehidupan sehari-hari mereka dan bagaimana sepeda motor listrik dapat menjadi bagian dari gaya hidup mereka. 2) Minat (*Interest*) merupakan Indikator minat mencakup ketertarikan dan preferensi konsumen terhadap suatu produk atau aktivitas tertentu. Pengukuran minat dapat membantu memahami sejauh mana konsumen tertarik pada produk dan bagaimana hal itu dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli sepeda motor listrik. 3) Opini (*Opinion*), Indikator ini mencakup pandangan dan pendapat konsumen terhadap suatu produk atau isu tertentu. Pengukuran opini dapat membantu memahami sikap dan keyakinan konsumen terhadap sepeda motor listrik, yang dapat mempengaruhi minat beli mereka.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori gaya hidup (*lifestyle theory*) yang menyatakan bahwa gaya hidup individu memainkan peran penting dalam membentuk preferensi, sikap, dan perilaku konsumen. Gaya hidup mencakup pola perilaku, nilai-nilai, preferensi, dan kebiasaan individu yang mencerminkan dalam kegiatan sehari-hari mereka. Gaya hidup dapat mempengaruhi bagaimana individu memandang dan memilih produk serta layanan yang ingin mereka konsumsi.[24]. Selain teori, hasil penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian lain yang membuktikan variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap minat pembelian sepeda motor listrik. Penelitian Yusuf menunjukkan bahwa gaya hidup yang dimiliki oleh warga daerah Bandung sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik penggunaan sepeda motor listrik. Ini berarti bahwa gaya hidup mereka, yang melibatkan kegiatan sehari-hari dan preferensi, sejalan dengan manfaat dan fitur yang ditawarkan oleh sepeda motor listrik. Hal ini Sesuai dengan variabel yaitu minat beli sepeda motor listrik dipengaruhi oleh gaya hidup dengan hasil positif signifikan. Dengan adanya pengaruh positif yang signifikan antara gaya hidup dan minat beli sepeda motor listrik menunjukkan bahwa semakin sesuai gaya hidup individu dengan karakteristik dan manfaat sepeda motor listrik, semakin tinggi minat mereka untuk membelinya.[21].

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. Keberagaman keunikan produk memberikan nilai tambah bagi konsumen karena mereka memiliki pilihan yang lebih luas dan dapat menemukan sepeda motor listrik yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Konsumen cenderung tertarik pada produk yang menawarkan keunikan dan inovasi karena hal tersebut dapat memberikan pengalaman yang berbeda dan memenuhi keinginan mereka untuk memiliki sesuatu yang istimewa. 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.[31].

Sejalan dengan analisis indikator yang mengukur keunikan produk, yang dalam penelitian ini berjumlah 6 yakni 1) Unik dan berbeda: Keunikan produk mengacu pada sejauh mana produk tersebut berbeda dari produk sejenis yang ada di pasaran. 2) Rasa yang memuaskan: Produk yang memiliki rasa yang memuaskan dapat menciptakan pengalaman sensorik yang positif bagi konsumen, memenuhi preferensi mereka, dan memberikan kepuasan dalam mengonsumsinya. 3) Mudah dikenal: Keunikan produk juga dapat dilihat dari sejauh mana produk tersebut mudah dikenali dan diidentifikasi oleh konsumen. 4) Menarik: Produk yang menarik memiliki daya tarik visual atau estetika yang kuat. Sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli atau mencoba produk tersebut. 5) Bervariasi: Keunikan produk dapat juga dilihat dari variasi atau pilihan yang ditawarkan kepada konsumen. Produk yang memiliki variasi atau opsi yang beragam dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda dari konsumen. 6) Sesuai dengan harga: Indikator ini berkaitan dengan sejauh mana produk memberikan nilai yang sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Produk yang dianggap unik akan memiliki kualitas, fitur, atau manfaat yang

sebanding dengan harga yang dibayarkan. Indikator-indikator ini secara tidak langsung akan mempengaruhi hasil dari uji.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang membuktikan bahwa Keunikan Produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli. Penelitian Said pada 2022 menyatakan salah satu bentuk keunikan adalah pada desain produk, dikatakan bahwa desain atau keunikan produk mempengaruhi minat beli sepeda motor listrik. sepeda motor listrik dengan desain yang menarik, futuristik, atau inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan minat beli yang lebih tinggi. [27].

IV. SIMPULAN

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.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk pemerintah, dalam rangka menciptakan ekosistem kendaraan motor listrik, guna meningkatkan minat beli masyarakat terhadap sepeda motor listrik maka diperlukan sosialisasi tentang program tersebut serta pemerataan pembangunan infrastruktur pendukung di kota-kota kecil.
2. Untuk masyarakat, perlu meningkatkan kesadaran lingkungan dan menumbuhkan rasa peduli dan melakukan tindakan pencegahan sebagai solusi menyelamatkan kondisi lingkungan.
3. Untuk peneliti selanjutnya bisa dapat mengembangkan faktor-faktor atau variabel, atau juga dapat menggunakan metode teknik pengujian yang berbeda. Serta disarankan untuk menggunakan objek penelitian dengan skala yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih ini ditujukan kepada Allah SWT, karena ridho-Nyalah penelitian ini dapat terselesaikan. Rasa terimakasih juga penulis ucapkan pada Ibu Dosen Pembimbing yang selalu sabar memberi arahan dalam Menyusun penelitian ini hingga terselesaikan. Selain itu ucapan terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dari orangtua, sahabat, rekan penulis dalam memberikan dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini dengan baik..

REFERENSI

- [1] S. Sadya, "Polri Catat 152,51 Juta Kendaraan Di Indonesia Pada 2022," *DataIndonesia.Id*, Jan. 02, 2023. <https://DataIndonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Polri-Catat-15251-Juta-Kendaraan-Di-Indonesia-Pada-2022> (Accessed Feb. 04, 2023).
- [2] S. Sudarti, Y. Yushardi, And N. Kasanah, "Analisis Potensi Emisi Co2 Oleh Berbagai Jenis Kendaraan Bermotor Di Jalan Raya Kemantren Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, Vol. 9, No. 2, Pp. 70–75, Aug. 2022, Doi: 10.21776/Ub.Jsal.2022.009.02.4.
- [3] D. T. Rezeki And F. S. Islami, "Analisis Interrelationship Antara Ipm Dan Polusi Lingkungan Di Indonesia," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, Jan. 2022.
- [4] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Bangun Ekosistem Kendaraan Listrik, Kemenperin Terapkan Peta Jalan Pengembangan Kblbb," *Kemenperin.Go.Id*, Oct. 05, 2021. <https://Kemenperin.Go.Id/Artikel/22889/Bangun-Ekosistem-Kendaraan-Listrik,-Kemenperin-Terapkan-Peta-Jalan-Pengembangan-Kblbb> (Accessed Feb. 04, 2023).
- [5] H. Dan K. R. I. Kementerian Koordinator Bidang Politik, "Kemenperin: Pemerintah Finalkan Aturan Insentif Kendaraan Listrik," *Kemenperin.Go.Id*, 2022. <https://Kemenperin.Go.Id/Artikel/23790/Pemerintah-Finalkan-Aturan-Insentif-Kendaraan-Listrik> (Accessed Mar. 18, 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*, Mar. 06, 2023. <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/subsidi-kendaraan-listrik-berbasis-baterai-dimulai-20-maret-2023> (Accessed Mar. 18, 2023).
- [7] Y. Suparmadi, S. Riyadi, And D. W. Junaidy, “Indonesian Consumer Preference On Electric Motorcycle Design With Kansei Engineering Approach,” *Journal Of Visual Art And Design*, Vol. 13, No. 1, Pp. 1–17, Jul. 2021, Doi: 10.5614/J.Vad.2021.13.1.1.
- [8] H. Dan K. R. I. Kementrian Koordinator Bidang Politik, “Peluang Meraup Cuan Dari Kendaraan Listrik,” *Polkam.Go.Id*, Oct. 31, 2022. <https://polkam.go.id/peluang-meraup-cuan-dari-kendaraan-listrik/> (Accessed Feb. 05, 2023).
- [9] R. B. Lestari And Kardinal, “Minat Beli Produk Hijau Pada Generasi Milenial,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol. 9, No. 2, Pp. 117–124, 2018.
- [10] S. P. Sari, “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen,” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol. 8, No. 1, P. 147, 2020, Doi: 10.30872/Psikoborneo.V8i1.4870.
- [11] A. F. Gandajati And L. P. Mahyuni, “Kendaraan Listrik Di Mata Gen Y: Faktor Apa Yang Menjelaskan Minat Belinya?,” *Forum Ekonomi*, Vol. 24, No. 4, Pp. 717–723, 2022, Doi: 10.30872/Jfor.V24i4.10436.
- [12] S. Jayasingh, T. Girija, And S. Arunkumar, “Factors Influencing Consumers’ Purchase Intention Towards Electric Two-Wheelers,” *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 13, No. 22, Nov. 2021, Doi: 10.3390/Su132212851.
- [13] A. Ahdira, “Bukan Kebutuhan, Tren Mobil Listrik Di Indonesia Disebut Hanya Ikut-Ikutan,” *Pikiran-Rakyat.Com*, Jan. 28, 2021. <https://www.pikiran-rakyat.com/otomotif/pr-016170951/bukan-kebutuhan-tren-mobil-listrik-di-indonesia-disebut-hanya-ikut-ikutan> (Accessed Feb. 05, 2023).
- [14] Polestar Press, “Polestar Cars Finds Majority Of Us Drivers Don’t Purchase Electric Vehicles For Environmental Reasons,” *Media.Polestar.Com*, Jul. 26, 2022. <https://media.polestar.com/us/en/media/pressreleases/656722> (Accessed Feb. 05, 2023).
- [15] M. J. Ismail, “Pendidikan Karakter Peduli Lingkungan Dan Menjaga Kebersihan Di Sekolah,” *Guru Tua : Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, Vol. 4, No. 1, Pp. 59–68, 2021, Doi: 10.31970/Gurutua.V4i1.67.
- [16] T. Bhalla, “The Influence Of Environmental Concerns And Knowledge On The Consumers Purchase Intention Of Environmentally Friendly Products In India,” *Turkish Online Journal Of Qualitative Inquiry*, Vol. 12, No. 7, Pp. 9209–9216, 2021.
- [17] Adelia And H. Tunjungsari, “Pengaruh Kepedulian Lingkungan Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ramah Lingkungan,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 7, Pp. 151–163, Jan. 2023, Doi: 10.24912/Jmbk.V7i1.22478.
- [18] A. F. Nadiya And A. Ishak, “Analisis Niat Beli Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan,” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol. 01, No. 03, Pp. 186–204, 2022.
- [19] R. Nurfidina, “Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Sikap Peduli Lingkungan Siswa Sma N 2 Bandarlampung Terhadap Perilaku Vandalisme Di Pusat Kota Bandarlampung,” 2019.
- [20] A. Farhanah And A. E. Kusumastuti, “Kesadaran Produk Ramah Lingkungan Sebagai Mediasi: Kepedulian Lingkungan Dan Efektivitas Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian,” *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, Vol. 2, No. 1, Pp. 65–80, 2020.
- [21] M. Yusuf, “Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Motor Listrik Menggunakan Metode Sem - Pls,” *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, Vol. 6, No. 2, Pp. 241–248, Sep. 2022, Doi: 10.333379/Gtech.V6i2.1685.
- [22] Charta Politika Indonesia, “Laporan Survei Nasional Survei Preferensi Sosial Dan Politik Masyarakat Tahun 2022,” In *Charta Politika*, Jakarta: Chartapolitika.Com, Sep. 2022, P. 29. Accessed: Mar. 18, 2023. [Online]. Available: <https://www.chartapolitika.com/hasil-rilis-survei-nasional-kondisi-sosial-politik-dan-peta-elektoral-pasca-kenaikan-harga-bbm/>
- [23] F. Maulidah And I. Russanti, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas,” *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 4, No. 2, Pp. 508–516, 2021.
- [24] B. E. Tae And J. L. Bessie, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention)(Survei Pada Pelanggan The Kings Resto Kupang),” *Jurnal Transformatif Unkriswina Sumba*, Vol. 10, No. 1, 2021.
- [25] B. Somantri, R. Afrianka, And F. Fahrurrazi, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone,” *Cakrawala Repositori Imwi*, Vol. 3, No. 1, Pp. 1–10, 2020.
- [26] S. S. Elida, T. Wahyuarini, And E. Sofiana, “Kebutuhan Konsumen Untuk Keunikan, Pengetahuan Lingkungan, Sikap, Minat Pembelian Mobil Listrik,” *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 11, No. 2, Pp. 324–337, Mar. 2022.
- [27] F. A. Said, H. Adiluhung, And Y. Pujiraharjo, “Perancangan Sepeda Motor Listrik Untuk Masyarakat Urban Diperkotaan,” *Eproceedings Of Art & Design*, Vol. 9, No. 1, 2022.

- [28] E. A. Abdalla, "Analisis Kinerja Sepeda Motor Listrik Berdesain Klasik," *Jurnal Mirai Management*, Vol. 7, No. 2, Pp. 278–282, 2022.
- [29] M. R. Adonis And Y. B. R. Silintowe, "Desain Produk, Kualitas Produk, Citramerek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y," *Jurnal Capital*, Vol. 4, No. 1, Pp. 118–138, 2021.
- [30] Sry Lestari Samosir, "Menciptakan Keunggulan Unik Produk Dan Menceritakannya – Ukm Indonesia," *Ukmindonesia.Id*, 2022. <https://Ukmindonesia.Id/Baca-Deskripsi-Posts/Menciptakan-Keunggulan-Unik-Produk-Dan-Menceritakannya> (Accessed Feb. 20, 2023).
- [31] P. D. Andriani, "Peran Citra Merek Dan Negara Asal Produk Dalam Hubungan Kausal Antara Kualitas Produk Dan Kediaan Pengguna Untuk Melakukan Komunikasi Getok-Tular (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna Smartphone Android Merek Samsung)," S1, Uajy, 2014. Accessed: Apr. 06, 2023. [Online]. Available: <https://E-Journal.Uajy.Ac.Id/6707/>
- [32] Y. Khasanah, "Pengaruh Keunikan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Di Cor Kuningan Mojoagung)," Stie Pgrri Dewantara Jombang, 2017.
- [33] Eng Asep Sofyan, "Sustainable Development Goals (Sdgs) Di Indonesia - Ecoedu.Id," *Ecoedu.Id*, Sep. 06, 2022. <https://Www.Ecoedu.Id/Sdgs/> (Accessed Mar. 23, 2023).
- [34] Liputan6.Com, "Tujuan Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Kenali Perbedaannya," *Liputan6.Com*, Mar. 08, 2021. <https://Www.Liputan6.Com/Hot/Read/4500971/Tujuan-Penelitian-Kualitatif-Dan-Kuantitatif-Kenali-Perbedaannya> (Accessed May 05, 2023).
- [35] Zulfa Ardhini, "Pengertian Skala Likert, Metode, Dan Contohnya Untuk Penelitian," *Detik.Com*, Mar. 08, 2023. <https://Www.Detik.Com/Bali/Berita/D-6607480/Pengertian-Skala-Likert-Metode-Dan-Contohnya-Untuk-Penelitian> (Accessed Mar. 23, 2023).
- [36] Andiana Moedasar, "Random Sampling Adalah: Jenis Dan Teknik Pengambilannya," *Majoo.Id*, Dec. 19, 2022. <https://Majoo.Id/Solusi/Detail/Random-Sampling-Adalah> (Accessed May 06, 2023).
- [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.
- [39] L. Amanda, F. Yanuar, And D. Devianto, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang," *Jurnal Matematika Unand*, Vol. 8, No. 1, P. 179, 2019, Doi: 10.25077/Jmu.8.1.179-188.2019.
- [40] Lms-Spada Indonesia, "Inferensial Statistik," *Lmsspada.Kemdikbud.Go.Id*, Mar. 2020. https://Lmsspada.Kemdikbud.Go.Id/Pluginfile.Php/559849/Mod_Folder/Content/0/Pertemuan%205%20uji%20asumsi%20klasik.Pdf (Accessed May 06, 2023).
- [41] M. Saragih, "Uji Asumsi Klasik Pada Model Regresi Linear," *Sekolah Statistics And Data Analytics*, Aug. 14, 2022. <https://Sekolahstata.Com/Uji-Asumsi-Klasik/> (Accessed May 06, 2023).
- [42] A. Heryana, "Hipotesis Penelitian," *Journal Eureka Pendidikan*, Vol. 3 No.1, Pp. 17–23.
- [43] A. Muhson, "Teknik Analisis Kuantitatif," *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*, Pp. 183–196, 2006.
- [44] L. M. Nasution, "Statistik Deskriptif," *Hikmah*, Vol. 14, No. 1, Pp. 49–55, 2017.
- [45] I. Ghozali, "Aplikasi Multivariate Lanjutan Dengan Program Spss," *Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang*, 2011.
- [46] L. Yulawati, L. M. Christy, N. Layliya, J. J. Thenarianto, And I. R. Salim, *Pertolongan Pertama Pada Waktu Kuantitatif (P3k) Panduan Praktis Menggunakan Software Jasp*. Penerbit Universitas Ciputra, 2019.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.