

ABSTRAK

Perkembangan industri otomotif telah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Seiring perkembangan industri otomotif dan minat masyarakat terhadap industri otomotif yang terus meningkat ini dapat menimbulkan resiko polusi udara. Dalam beberapa dekade terakhir perubahan iklim dan pemanasan global merupakan permasalahan yang menjadi perhatian banyak negara terutama Indonesia. Energi alternatif telah menjadi fokus utama dalam upaya mengurangi ketergantungan kita pada bahan bakar fosil. Sebagai bagian dari revolusi energi ini, mobil listrik telah muncul sebagai solusi yang menjanjikan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan mengurangi polusi udara.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Gain Motives* dan *Normative Motives* terhadap *Purchase Intention For EV* dengan *Hedonic Motives* sebagai mediator (Studi Pada Minat Mobil Listrik di Indonesia). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki minat beli mobil listrik dan menggunakan mobil listrik di Indonesia dengan sampel yang didapat sebanyak 391 responden menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner digunakan sebagai instrument dalam pengumpulan data yang disebarakan menggunakan *Google form*.

Berdasarkan pengujian hipotesis, didapatkan hasil bahwa variabel *Gain Motives* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Purchase Intention* baik secara *direct* maupun *indirect* melalui variabel *Hedonic Motives*. Variabel *Normative Motives* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Purchase Intention* baik secara *direct* maupun *indirect* melalui variabel *Hedonic Motives*. Variabel *Hedonic Motives* yang merupakan variabel mediasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Gain Motives, Normative Motives, Hedonic Motives, Purchase Intention, Purchase Intention for EV.*