

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum.....	1
1.1.1 Kendaraan Listrik	2
1.1.2 Penjualan Kendaraan Listrik.....	5
1.1.3 Motor Listrik di Indonesia	7
1.2 Latar Belakang Penelitian	15
1.3 Perumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN	21
2.1 Teori-teori penelitian	21
2.1.1 Pemasaran / <i>Marketing</i>	21
2.1.2 Teori Perilaku Terencana / <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	21
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen	22
2.1.3 Niat pembelian / <i>Purchase Intention</i>	25
2.1.4 Niat Membeli pada Teknologi Baru	26
2.1.5 Minat Pembelian pada pasar kendaraan listrik	28
2.1.6 Minat Pembelian Motor listrik.....	29
2.2 Penelitian terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	53

2.4 Hipotesis Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Operasional Variabel	60
3.2.1 Skala Pengukuran	66
3.3 Tahapan Penelitian.....	66
3.4 Populasi dan Sampel.....	67
3.4.1 Populasi.....	67
3.4.2 Sampel	67
3.5 Pengumpulan Data & Sumber data.....	69
3.5.1 Jenis data.....	69
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.6.1 Uji Validitas	69
3.6.2 Uji Realibilitas	71
3.6.3 Pengujian Goodness of Fit (GoF)	72
3.6.4 Pengujian R square	73
3.7 Teknik Analisis Data	73
3.7.1 Analisa Deskriptif.....	73
3.7.2 <i>Structural Equation Modelling</i>	75
3.7.3 Uji Hipotesis	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN SARAN.....	78
4.1 Karakteristik Reponden	78
4.2 Hasil Penelitian	81
4.2.1 Hasil Penilaian Responden terhadap Pengaruh Kepedulian Lingkungan (<i>Environmental Concern</i>), Keberterimaan Harga (<i>Perceived Economi benefit</i>), Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>), Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>), Kebijakan Pemerintah (<i>Government Policy</i>) terhadap terhadap sikap konsumen kepada minat motor listrik di Indonesia	81
4.2.2 Hasil Analisis Pengaruh Kepedulian Lingkungan (<i>Environmental Concern</i>), Keberterimaan Harga (<i>Perceived Economi benefit</i>), Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>), Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>), Kebijakan Pemerintah (<i>Government Policy</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>) terhadap terhadap sikap konsumen kepada minat motor listrik di Indonesia	92

4.2.2 Hasil Analisis Pengaruh sikap konsumen (<i>Attitude</i>) terhadap niat membeli (<i>Purchase intention</i>) Masyarakat Indonesia terhadap motor listrik	104
4.3 Pembahasan	105
4.3.1 Hasil Penilaian responden terhadap Kepedulian lingkungan (<i>Environmental concern</i>), Keberterimaan harga (<i>Perceived Monetary Benefit</i>), Pengaruh Social (<i>Social influence</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>), Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>), Kebijakan Pemerintah (<i>Government Policy</i>), Sikap (<i>Attitude</i>) dan Minat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>) pada Motor Listrik	105
4.3.2 Hasil Pembahasan Pengaruh Kepedulian Lingkungan (<i>Environmental Concern</i>), Keberterimaan Harga (<i>Perceived Economi benefit</i>), Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>), Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>), Kebijakan Pemerintah (<i>Government Policy</i>) terhadap sikap konsumen kepada minat motor listrik di Indonesia.....	106
4.3.8 Hasil Pembahasan Pengaruh sikap <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5. 1 Kesimpulan	110
5.1.1 Penilaian responden terhadap Kepedulian lingkungan (<i>Environmental concern</i>), Keberterimaan harga (<i>Perceived Monetary Benefit</i>), Pengaruh Social (<i>Social influence</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>), Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>), Kebijakan Pemerintah (<i>Government Policy</i>), Sikap (<i>Attitude</i>) dan Minat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>) pada Motor Listrik .	110
5.1.2 Pengaruh Kepedulian lingkungan (<i>Environmental concern</i>), Keberterimaan harga (<i>Perceived Monetary Benefit</i>), Pengaruh Social (<i>Social influence</i>), Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>), Kesadaran Merk (<i>Brand Awareness</i>), Kebijakan Pemerintah (<i>Government Policy</i>), terhadap Sikap (<i>Attitude</i>)	110
5.1.3 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	111
5.2 Saran	111
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	113
DAFTAR PUSTAKA	xi