

ABSTRAK

Mobil *hybrid* hadir sebagai Solusi kendaraan masa depan yang ramah lingkungan, efisien dan menjadi alternatif transisi mobil berbahan bakar fosil menuju kendaraan Listrik penuh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli (*Green purchase intention*) terhadap mobil *hybrid* di Indonesia. Model konseptual dalam penelitian ini dibangun dengan memadukan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Norm Activation Model* (NAM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data di kumpulkan melali survey daring terhadap 512 responden yang memiliki keterkaitan pada kendaraan ramah lingkungan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Green purchase attitude* $\beta = 0,302$ dan $p\text{-value} = <0,001$, dan *Perceived behavioral control* $\beta = 0,289$ dan $p\text{-value} = <0,001$ berpengaruh signifikan terhadap minat beli mobil *hybrid*. Selain itu, *Environmental concern* dan *Environmental responsibility* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *Green purchase intention* melalui sikap dan kontrol perilaku. *Perceived green value* juga terbukti berkontribusi positif terhadap niat beli ($\beta = 0,214$ $p\text{-value} < 0,01$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli mobil *hybrid* tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor sikap, norma sosial, serta nilai-nilai lingkungan. Oleh karena itu, pendekatan promosi yang menekankan keberlanjutan, kepedulian terhadap lingkungan, dan insentif penggunaan kendaraan hijau perlu menjadi strategi utama dalam mendorong adopsi mobil *hybrid* di Indonesia.

Kata Kunci: Lingkungan, Mobil *hybrid*, Minat beli, PLS-SEM.