

---

## PENGARUH *GREEN LIFE STYLE*, *FUTURISTIC DESIGN*, *TECHNOLOGY* DAN *CONFIDENCE* TERHADAP MINAT BELI MOBIL LISTRIK

Shinta Aprika Putri<sup>1</sup>, Ginanjar Rahmawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, STIE Surakarta, Sukoharjo

Email: [shintaaaprika99@gmail.com](mailto:shintaaaprika99@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh *green life style*, *futuristic design*, *technology* dan *confidence* terhadap minat beli mobil listrik. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan alat transportasi roda empat yang ramah akan lingkungan, hal ini sejalan dengan tujuan Pemerintah Indonesia terus berupaya mempercepat pertumbuhan industri kendaraan listrik di tingkat nasional serta tren dunia terus bergerak menuju arah pemakaian alat transportasi yang ramah lingkungan dan hemat energi. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif serta penelitian dilakukan di kota Surakarta. Teknik sampling penelitian ini yaitu *accidental* sampling dan sampel yang digunakan berjumlah 90 orang. Teknik analisis dalam penelitian yaitu: uji asumsi klasik, uji instrumen, serta uji regresi linear berganda memakai SPSS versi 24.0 *for windows*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa *green life style*, *futuristic design*, *technology* dan *confidence* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

**Kata Kunci:** *Green Life Style*, *Futuristic Design*, *Technology*, *Confidence*, Minat Beli.

### Abstract

*This study aims to determine the effect of green life style, futuristic design, technology and confidence on interest in buying electric cars. This research contributes to the development of four wheeled transportation equipment that is environmentally friendly, this is in line with the goals of the Government of Indonesia which continues to make breakthrough efforts to accelerate the growth of the national electric vehicle industry and the world trend towards the use of energy-efficient and environmentally friendly transportation means. The research method used in this research is quantitative method and this research was carried out in the city of Surakarta. The sampling technique used in this study was accidental sampling with a sample size of 90 people. The analysis technique used in this research consists of instrument test, classical assumption test and multiple linear regression test using SPSS version 24.0 for windows. Based on the results of the study, it was found that green life style, futuristic design, technology and confidence had a positive effect on consumer buying interest.*

**Keywords:** *Green Life Style*, *Futuristic Design*, *Technology*, *Confidence*, *Buying Interest*.

### A. PENDAHULUAN

Alat transportasi darat semakin hari mengalami perkembangan yang semakin pesat. Perkembangan tersebut tampak jelas dari transportasi seperti: mobil, motor, truk, kereta, dan bus. Transportasi darat ddiartikan sebagai kendaraan yang memanfaatkan jalan untuk mengantarkan/mengangkut barang dan penumpang. Berdasarkan Salim (2000), pengertian transportasi ialah aktivitas memindahkan penumpang atau barang. Transportasi mempunyai dua unsur berikut: pergerakan/pemindahan dan merubah lokasi penumpang/barang. Transportasi darat adalah transportasi yang paling dominan jika dibandingkan transportasi

udara ataupun transportasi laut. Kemajuan teknologi dengan adanya bantuan pemerintah yang bergabung dan jadi kekuatan tak terbendung bagi kemajuan inovasi yang mulanya mobil konvensional menjadi mobil listrik.

Pada era milenial, penggunaan mobil lebih dari sekadar sarana transportasi tetapi sudah menjadi tren gaya hidup yang harus mendukung penampilan. Memilih mobil juga sangat penting agar tetap mengikuti tren tampilan yang terbaru. Berbagai macam jenis model mobil yang ditawarkan di pasar dari mobil *convertible*, mobil *coupe*, mobil *hatchback*, mobil MPV, mobil SUV, mobil sedan, mobil *station wagon*, mobil *sport*, mobil *double cabin*, mobil listrik, serta mobil *off road*. Apalagi di Indonesia, permintaan mobil cenderung tinggi terutama mobil listrik.



**Gambar 1. Proyeksi Pertambahan Mobil Listrik di Indonesia**

*Sumber: Perusahaan Listrik Negara, PT (Persero) PLN, 2021*

Diperkirakan penggunaan mobil listrik akan mengalami peningkatan penjualan signifikan pada 10 tahun mendatang. Hasil proyeksi PLN, pada tahun 2030 banyaknya mobil listrik yang akan ada di Indonesia diperkirakan mencapai 65 ribu unit. PLN memprediksikan pada tahun 2025 di Indonesia akan ada peningkatan yang sangat drastis sebanyak 16 ribu mobil listrik dan setiap tahunnya juga diperkirakan ada peningkatan yang konstan sebanyak 8 ribu hingga 9 ribu unit. Tahun-tahun sebelumnya sudah diperkirakan jika tahun 2021 akan ada mobil listrik murni sebanyak 689 unit (BEV atau PHEV). Kondisi yang ada di lapangan tidak terlalu berbeda dengan keadaan aktual. Data yang didapatkan dari Gaikindo, menunjukkan jika hingga Mei 2021, banyaknya mobil listrik yang terjual adalah 420 unit. Jumlah tersebut mengalami kenaikan signifikan daripada tahun 2021 yang hanya menjual 127 unit PHEV dan BEV.

Pada beberapa waktu lalu, Dirjen ILMATE menjelaskan bahwa dalam rangka mendukung pemerintah untuk mencapai tujuan menurunkan emisi gas rumah kaca sebanyak 29% di tahun 2030 dan juga menjadikan Indonesia menjadi pembuat mobil listrik di tingkat dunia. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk menerbitkan peraturan yang bisa memberikan dukungan terhadap pengembangan kendaraan listrik, contohnya dengan adanya Perpres No. 55 Tahun 2019 yang berisi mengenai Rencana Percepatan Angkutan Jalan Kendaraan Listrik Berbasis Baterai (KBLBB), cara yang diterapkan untuk mempercepat kemajuan industri KBLBB dengan menyediakan infrastruktur pengisian, memberi insentif, mematuhi peraturan teknis KBLBB, pengawasan terhadap harga KBLBB, serta melindungi lingkungan.

Sebelum Indonesia memasuki tahap kendaraan baterai murni atau 100% kendaraan listrik, sebaiknya masuk ke tahap kendaraan *hybrid*. Menurut pendapat Johnny Darmawan

selaku Wakil Ketua Kadin, termasuk yang berpendapat demikian. Ia menilai untuk mencapai 100% infrastruktur kendaraan listrik dan aspek lainnya, ia menilai Indonesia belum siap. Peralnya, masih banyak masalah yang harus diselesaikan terlebih dahulu. Dibandingkan dengan kendaraan hybrid, harga kendaraan listrik di Indonesia masih terlalu mahal, ada yang masih menggunakan bahan bakar fosil dan ada juga yang listrik. Masalah kecepatan pengisian dan teknologi baterai kendaraan listrik masih dalam pengembangan. Masalah baterai lainnya adalah lingkungan. Setelah kurang lebih 10 tahun digunakan, baterai bekas perlu diganti. Jhonny menilai ekosistem daur ulang baterai belum berkembang dengan baik.

Hal tersebut selaras dengan pendapat Moeldoko selaku Kepala Staf Kepresidenan, berdasarkan hasil survey konsultan manajemen Solidiance tahun 2018 mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa minat beli mobil listrik masih rendah dan beliau menerangkan alasan-alasan yang menyebabkan masyarakat Indonesia memiliki minat beli rendah terhadap mobil listrik, diantaranya adalah: tempat pengisian kendaraan listrik (SPKL) masih jarang, terbatasnya jarak tempuh jelajah, harga mobil listrik yang mahal. Sehingga, perlu adanya penelitian yang membahas mengenai minat pembelian kendaraan listrik.

Berdasarkan Assael (2001), pengertian minat beli yaitu tindakan yang ada hubungannya dengan pembelian atau kecenderungan konsumen melakukan pembelian suatu merek. Hal ini berkaitan dengan kepentingan seseorang dan menyenangkan diri. Minat beli adalah sikap menyukai yang ditunjukkan dengan adanya kecenderungan membeli barang dengan menyesuaikan kepentingan dan kesenangan.

Berdasarkan Lidyawatie (2008), faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu perbedaan dalam: sosial ekonomi, pekerjaan, jenis kelamin, hobi atau kegemaran, usia. Berdasarkan Kotler (2008), tahapan produsen menentukan dorongan konsumen atau menentukan minat beli dalam proses pembelian jasa atau produk ada empat tahap. Tahap tersebut yaitu: *interest, attention, action, dan desire*. Faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen untuk membeli mobil listrik yaitu: ramah lingkungan, perawatan lebih mudah, lebih hemat energi, teknologi lebih cerdas dan canggih, hemat ruang dan praktis.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan variabel *green life style, futuristic design, technology* dan *confidence* untuk diuji pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. Empat faktor tersebut digunakan karena dianggap sesuai dengan fenomena yang terjadi pada minat beli mobil listrik.

## B. KAJIAN LITERATUR

Perilaku ramah lingkungan diartikan sebagai perilaku aktual yang dilakukan oleh seseorang dengan melakukan kegiatan yang bisa melindungi lingkungan dan membeli produk ramah lingkungan (Fraj & Martinez, 2006). Salah satu aspek yang membuat konsumen tertarik untuk membeli mobil listrik adalah *green life style*.

Kendaraan yang ramah lingkungan merupakan kendaraan berbahan bakar alternatif dan dampak yang dihasilkan dari penggunaan kendaraan tersebut tidak berbahaya untuk lingkungan. Pengalihan BBM menjadi bahan bakar ramah lingkungan adalah salah satu upaya mengurangi gas rumah kaca dan mengurangi polusi, sehingga dapat membantu meminimalisir pemanasan global yang banyak dipicu oleh polusi kendaraan. Tekanan sistem kesehatan juga akan berkurang karena kualitas udara akan lebih baik. Hal ini polusi semakin berkurang daripada pemakaian BBM. Penggunaan mobil konvensional berbahan bakar minyak berdampak terjadinya peningkatan emisi CO<sub>2</sub>. Suara yang mobil listrik hasilkan tidak bising dan lebih senyap.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Aryanti Muhtar Kusuma, dkk (2020) yang menyebutkan jika *life style* mempunyai pengaruh signifikan pada minat beli. Penggunaan variabel *green life style* dalam penelitian minat beli mobil listrik karena diharapkan mampu

menjaga kelestarian lingkungan dimasa kini dan mendatang. Hipotesis pertama penelitian ini yaitu: **H1: Green life style** berpengaruh positif terhadap minat beli.

Desain bukan hanya tampilan luar saja, tetapi desain adalah inti dari produk. Desain yang unik dan juga bermanfaat bagi penggunanya (Kotler & Armstrong, 2008: 273). Baik buruknya desain tergantung pada pemahaman mengenai apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Desain bukan hanya tentang menciptakan atribut produk atau layanan, tetapi juga menciptakan pengalaman pengguna produk untuk pelanggan. Sehingga, desain produk bukan sekedar mempertimbangkan spesifikasi teknis dan atribut produk, namun juga mempertimbangkan keuntungan penggunaan produk (Kotler & Armstrong, 2008:274). *Futuristic design* adalah gaya desain yang menghadirkan tampilan masa depan yang menarik dan bergaya unik sehingga menghasilkan desain yang berkelas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Alfin NF Mufreni (2016) yang menerangkan jika minat beli sangat dipengaruhi oleh desain. Produk yang konsumen pandang berkelas dan unik bisa menjadikan konsumen tertarik melakukan pembelian. Hipotesis berikutnya dirumuskan sebagaimana berikut: **H2: Futuristic design** berpengaruh positif terhadap minat beli.

Berdasarkan Fandy Tjiptono (2002:103), karakteristik siartikan sebagai unsur produk yang penting bagi konsumen sekaligus konsumen jadikan dasar dalam melakukan pembelian. Karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk bisa berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Fungsi yang ada pada suatu produk berhubungan dengan pembelian produk dan menjadi salah satu faktor untuk memutuskan dan mempertimbangkan melakukan pembelian jasa ataupun produk.

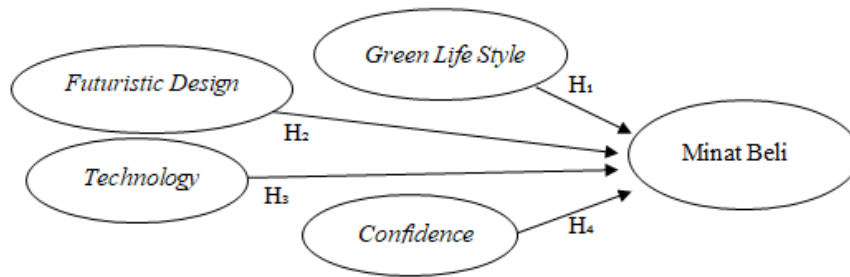
Berdasarkan Miarso, teknologi adalah sebuah proses bisa meningkatkan nilai tambah suatu produk. Proses yang sedang berlangsung bisa menghasilkan atau menggunakan produk tertentu dan saling berkaitan dengan produk yang telah ada. Mobil listrik menerapkan teknologi yang canggih dan cerdas (*Intelligent Transport System* yang disingkat ITS) yang bisa mengerem sendiri apabila tabrakan terjadi. ITS merupakan sistem keamanan yang ada di mobil yang bisa menjadikan mobil otomatis berhenti jika akan menabrak sesuatu. Hal ini menjadikan mobil listrik sebagai mobil yang paling aman.

Penelitian Rendy, dkk (2021) memperoleh hasil jika fitur teknologi berpengaruh signifikan pada minat beli. Hipotesis berikutnya dirumuskan sebagaimana berikut: **H3: Technology** berpengaruh positif terhadap minat beli.

Berdasarkan Ghufron & Rini (2011:35), kepercayaan diri merupakan sebuah aspek yang sangat penting dalam kepribadian seseorang, seseorang yang tidak memiliki kepercayaan diri menjadikan ia mengalami beberapa masalah. Berdasarkan Cox (2002:28-31) kepercayaan diri adalah hal penting yang perlu untuk dimiliki dan bisa memfasilitasi orang tersebut. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri rendah akan berpengaruh negatif dalam penampilannya. Uraian tersebut menunjukkan jika kepercayaan diri konsumen bisa meningkat dengan memakai mobil listrik yang unik dan unggul, sehingga minat untuk membeli produk semakin meningkat.

Penelitian Setywan (2016) menerangkan jika *confidence* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hipotesis terakhir sebagaimana berikut: **H4: Confidence** berpengaruh positif terhadap minat beli.

Model Penelitian yang sedang dikembangkan yaitu:



**Gambar 2. Model Penelitian**

*Sumber: Data diolah, 2022*

### C. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Surakarta dengan menerapkan metode kuantitatif. Jumlah sampelnya penelitian ini ditentukan memakai rumus Lemeshow, dan memperoleh sampel 90 responden. Sampel penelitian diambil dengan menerapkan teknik *non probability* sampling, di mana tidak memberi kesempatan sama bagi populasi tertentu untuk menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2014). Sampel dipilih dengan menerapkan teknik *accidental* sampling, yaitu sampel ditentukan atas dasar kebetulan dengan ciri-ciri sampel sudah pernah test drive mobil listrik atau sudah pernah mengetahui iklan mobil listrik. Setiap orang yang peneliti temui atau kebetulan bertemu akan dijadikan sampel penelitian jika ia sesuai untuk dijadikan sumber data. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran skala Linkert menggunakan 5 tingkatan berikut: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Dilaksanakannya penelitian ini dengan tujuan membuktikan adanya pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lain.

Penjabaran dimensi variabel digunakan di kuesioner berikut, *Green life style* merupakan pola hidup yang ramah akan lingkungan. Dalam penelitian ini factor-faktor pemilihan *green life style* didasari oleh pernyataan menurut Plummer & Assael dalam Puranda & Madiawati (2017) dimana terdapat tiga item minat yang bisa digunakan dalam proses evaluasi gaya hidup yaitu: minat (pekerjaan, keluarga, hiburan, komunitas, media makanan, *fashion*, prestasi); aktivitas (kerja, hobi, liburan, aktivitas sosial, keanggotaan klub, hiburan, belanja, komunitas, olahraga); dan opini (masalah sosial, diri sendiri, bisnis, politik, pendidikan, ekonomi, masa depan, produk, budaya).

*Futuristic Design* merupakan terobosan gaya masa depan, dengan melihat tampilan produk dengan gaya yang unik serta mewah akan berkaitan dengan apa yang diinginkan konsumen dan tentu setiap keinginan konsumen berbeda-beda. Penelitian ini menggunakan dimensi menurut Kotler & Keller (2014), merupakan totalitas dari berbagai fitur yang memunculkan rasa puas, berpengaruh terhadap penampilan, serta berfungsi sesuai kebutuhan para konsumen.

*Technology* merupakan suatu sistem fitur komputer yang akan menjadi pelengkap suatu produk sehingga pemakai dapat terbantu dengan adanya sistem tersebut. Penelitian ini menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2002) dimana karakteristik fitur produk bisa diukur menggunakan tiga indikator antara lain keanekaragaman fungsional fitur, memiliki fungsi yang memenuhi harapan dan fitur memiliki kelebihan.

*Confidence* merupakan keyakinan positif seseorang tanpa adanya pengeruh dari orang lain, hingga ia melakukan yang ia rencanakan, inginkan, serta harapkan untuk mencapai tujuan hidup. Penelitian ini menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Guildford (dalam Amyani, 2010) yang meliputi perasaan diterima oleh kelompok, kepuasan pribadi atas tindakan yang sudah dilakukan, pribadi yang mempunyai sikap tenang.

Pengertian minat beli ialah respon konsumen pada objek tertentu yang menunjukkan jika ia ingin membeli. Indikator minat beli digunakan di penelitian ini, menurut Kotler & Keller (2016) yang terdiri dari minat terhadap informasi produk, rasa ingin tahu tentang produk, keinginan untuk mencoba, keinginan untuk melakukan pembelian dan harapan untuk memiliki produk.

Setelah peneliti selesai melakukan pengumpulan data kuesioner, maka selanjutnya peneliti mengolah data. Peneliti pada tahap pertama menyajikan data demografi responden, hal ini berguna untuk mengetahui karakteristik responden menurut tingkat pendidikan, jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, serta pekerjaan. Kedua, semua item pernyataan pada kuesioner akan dilakukan pengujian instrumen (uji reliabilitas & validitas). Menurut Sunyoto (2011:68), pertanyaan dalam kuesioner valid apabila nilai  $r$  hitung melebihi nilai  $r$  tabel. Berlaku juga sebaliknya jika  $r$  hitung tidak lebih dari  $r$  tabel serta signifikansinya  $\alpha = 5\%$ , maka pertanyaan dalam kuesioner tidak valid. Tujuan dilakukan uji validitas adalah mencari tahu korelasi antara skor yang didapatkan dari setiap item pertanyaan kuesioner dengan skor totalnya dan jika pernyataan tidak valid, selanjutnya pertanyaan itu tidak dipakai di pengujian berikutnya. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Menurut Sunyoto (2011:68), suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika titik *cronbach's alpha*  $> 0.60$ . Tujuan dari uji reliabilitas adalah menilai konsistensi data yang sudah dikumpulkan. Data penelitian diolah memakai SPSS versi 24.0 *for windows*.

Setelah peneliti uji validitas & reliabilitas dilakukan, langkah berikutnya peneliti menguji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji normalitas, & uji heteroskedastisitas). Tujuan uji normalitas ialah untuk mengetahui bahwa variabel residual memiliki distribusi normal dan sebaliknya. Jika sudah diketahui bahwa hasil semua data penelitian sudah berdistribusi dengan normal, maka peneliti dapat melanjutkan untuk uji multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan terjadinya masalah multikolinearitas dan pada uji multikolinearitas ini bisa diketahui nilai *tolerance* serta VIF. Apabila hasil dari pengujian ini diketahui bahwa tidak terjadi multikoleniaritas atau korelasi pada setiap variabel X, maka peneliti dapat melanjutkan ke uji heteroskedastisitas dengan tujuan melakukan pengujian terhadap model yang berasal dari regresi terkait dengan perbedaan varian dari residual pengamatan yang satu terhadap lainnya dan dapat dikatakan baik apabila tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Setelah itu peneliti akan melakukan pengolahan data yang terakhir yaitu pengujian hipotesis penelitian dengan uji regresi linear berganda yang terdiri dari uji T, uji F dan uji koefisien determinasi. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji hubungan setiap variabel X memiliki hubungan positif ataupun negatif terhadap variabel Y, serta berguna untuk memperkirakan nilai variabel Y jika terdapat kenaikan maupun penurunan nilai dari variabel X. Tujuan uji T adalah mencari berpengaruh variabel secara parsial atau tidak melihat dasar pengambilan keputusan  $t$  hitung harus  $> t$  tabel, nilai signifikansi harus  $< 0,05$ . Tujuan Uji F ialah mencari tahu ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Inti uji koefisien determinasi adalah mengukur kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sesudah responden melakukan pengisian kuesioner penelitian secara baik, langkah berikutnya adalah pengolahan data. Data demografi responden ada di Tabel 1. Pada tabel berikut 76% adalah laki-laki dan sisanya sebanyak 24% perempuan. Responden jika dilihat berdasarkan pendidikan terbagi dalam 40% lulusan SMA/SMK, 57% lulusan S1 dan sisanya 3% lulusan S2. Dari segi tingkat pendapatan sebanyak 14% responden memiliki tingkat pendapatan dibawah dua juta rupiah, 49% responden memiliki tingkat pendapatan dua juta satu rupiah hingga empat juta rupiah dan sisanya sebanyak 37% responden memiliki tingkat

pendapatan lebih dari empat juta satu rupiah. Profil responden pada penelitian ini sebanyak 12% responden dengan usia kurang dari 20 tahun, 59% responden dengan rentang usia 21-30 tahun dan sisanya 29% responden dengan usia lebih dari 30 tahun. Sedangkan pekerjaan responden paling banyak berstatus pegawai swasta sebesar 44%, sebanyak 31% merupakan pengusaha, 22% responden lainnya merupakan mahasiswa dan sisanya sebanyak 3% merupakan pegawai negeri sipil.

**Tabel 1. Data Demografi Responden**

| Demografi          | Kategori                  | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------------|---------------------------|--------|----------------|
| Jenis Kelamin      | Laki-laki                 | 68     | 76             |
|                    | Perempuan                 | 22     | 24             |
| Tingkat Pendidikan | SMA/SMK                   | 36     | 40             |
|                    | S1                        | 51     | 57             |
|                    | S2                        | 3      | 3              |
| Tingkat Pendapatan | < Rp2.000.000             | 13     | 14             |
|                    | Rp2.000.001 - Rp4.000.000 | 44     | 49             |
|                    | > Rp4.000.001             | 33     | 37             |
| Usia               | < 20 tahun                | 11     | 12             |
|                    | 21 - 30 tahun             | 53     | 59             |
|                    | > 30 tahun                | 26     | 29             |
| Pekerjaan          | Mahasiswa                 | 20     | 22             |
|                    | Pegawai Swasta            | 39     | 44             |
|                    | Pegawai Negeri Sipil      | 3      | 3              |
|                    | Pengusaha                 | 28     | 31             |

*Sumber: Data diolah, 2022*

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

| Variabel                 | Item Pernyataan | r Tabel | r Hitung | Keterangan |
|--------------------------|-----------------|---------|----------|------------|
| <i>Green Life Style</i>  | X1.1            | 0,2072  | 0,896    | Valid      |
|                          | X1.2            | 0,2072  | 0,619    | Valid      |
|                          | X1.3            | 0,2072  | 0,871    | Valid      |
| <i>Futuristic Design</i> | X2.1.           | 0,2072  | 0,882    | Valid      |
|                          | X2.2            | 0,2072  | 0,609    | Valid      |
|                          | X2.3            | 0,2072  | 0,857    | Valid      |
| <i>Technology</i>        | X3.1            | 0,2072  | 0,560    | Valid      |
|                          | X3.2            | 0,2072  | 0,878    | Valid      |
|                          | X3.3            | 0,2072  | 0,878    | Valid      |
| <i>Confidence</i>        | X4.1            | 0,2072  | 0,924    | Valid      |
|                          | X4.2            | 0,2072  | 0,554    | Valid      |
|                          | X4.3            | 0,2072  | 0,924    | Valid      |
| Minat Beli               | Y1              | 0,2072  | 0,592    | Valid      |
|                          | Y2              | 0,2072  | 0,611    | Valid      |
|                          | Y3              | 0,2072  | 0,703    | Valid      |
|                          | Y4              | 0,2072  | 0,569    | Valid      |
|                          | Y5              | 0,2072  | 0,690    | Valid      |

*Sumber: Data diolah, 2022*

Hasil uji validitas menunjukkan jika tidak terdapat item pernyataan gugur, dan instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid untuk digunakan. Pengolahan data diteruskan dengan melakukan uji reliabilitas memakai nilai *Cronbach's Alpha* dan memperoleh hasil jika seluruh variabel memiliki *cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan jika seluruh item pernyataan sudah memenuhi syarat konsistensi dan dapat digunakan dalam alat ukur penelitian. Hasil uji reliabilitas ada di Tabel 3:

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                 | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|--------------------------|-------------------------|------------|
| <i>Green Life Style</i>  | 0,714                   | Realiabile |
| <i>Futuristic Design</i> | 0,673                   | Realiabile |
| <i>Technology</i>        | 0,633                   | Realiabile |
| <i>Confidence</i>        | 0,733                   | Realiabile |
| Minat Beli               | 0,628                   | Realiabile |

Sumber: Data diolah, 2022

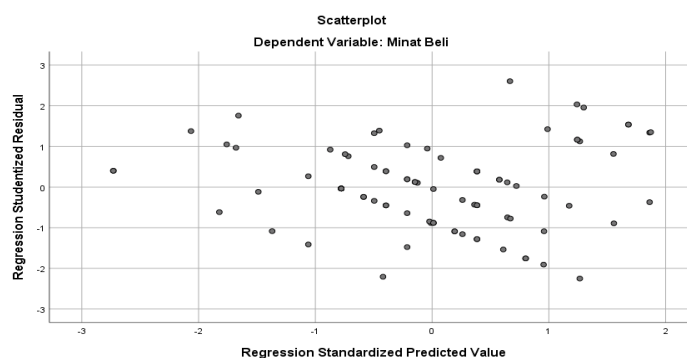
Berdasarkan hasil uji reliabilitas & uji validitas, diteruskan dengan uji asumsi klasik. Hasil uji normalitas menggambarkan jika seluruh data berdistribusi normal dan bisa diteruskan uji penelitian berikutnya. Hasil yang diperoleh dari uji normalitas ada di Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

| Unstandardized Residual          |                |                     |
|----------------------------------|----------------|---------------------|
| N                                |                | 90                  |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000            |
|                                  | Std. Deviation | 1.18593170          |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .070                |
|                                  | Positive       | .070                |
|                                  | Negative       | -.058               |
| Test Statistic                   |                | .070                |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup> |

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji multikolinearitas memperoleh nilai *tolerance* kurang dari angka satu serta nilai *varianc inflation factor* (VIF) < 10 pada masing-masing variabelnya, sehingga disimpulkan jika multikoleniaritas atau korelasi tidak terjadi di setiap variabel X, serta semua variabel X bisa digunakan di uji penelitian berikutnya. Hasil yang diperoleh dari pengujian normalitas ada di Tabel 5.



**Gambar 3. Grafik Scatterplot**

Sumber: Data diolah, 2022

Pengujian terakhir yaitu uji regresi linier berganda. Pada uji T ini peneliti mendapatkan hasil jika semua variabel berpengaruh parsial & signifikan terhadap variabel minat beli, yang peneliti sajikan hasilnya di Tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji T**

| Model             | T hitung | T tabel | Sig. | Keterangan  |
|-------------------|----------|---------|------|-------------|
| 1 (Constant)      | 1.759    |         | .082 |             |
| Green Life Style  | 2.331    | 1.98827 | .022 | Berpengaruh |
| Futuristic Design | 2.275    | 1.98827 | .025 | Berpengaruh |
| Technology        | 2.018    | 1.98827 | .047 | Berpengaruh |
| Confidence        | 4.008    | 1.98827 | .000 | Berpengaruh |

Sumber: Data diolah, 2022

Setelah dilakukan uji F maka peneliti memperoleh hasil dari output program pengolahan data SPSS versi 24.0, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sejumlah 24,896 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,48 serta diperoleh nilai signifikannya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka pada pengujian ini didapatkan hasil bahwa variabel-variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan baik yang peneliti sajikan hasilnya pada Tabel 7 dibawah ini.

**Tabel 7. Hasil Uji F**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F hitung | F tabel | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|----------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 146.650        | 4  | 36.662      | 24.896   | 2.48    | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 125.173        | 85 | 1.473       |          |         |                   |
|       | Total      | 271.822        | 89 |             |          |         |                   |

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* bernilai 0,518 atau 51,8%. Hal ini menggambarkan jika *green life style*, *futuristic design*, *technology* dan *confidence* berpengaruh pada minat beli mobil listrik, sisanya sebanyak 49,2% minat beli mobil listrik diperoleh dari pengaruh variabel lainnya yang tidak diteliti di penelitian ini. Hasil uji ini terdapat di Tabel 8:

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .735 <sup>a</sup> | .540     | .518              | 1.214                      | 1.855         |

Sumber: Data diolah, 2022

**Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Model |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)        | 3.538                       | 2.011      |                           | 1.759 | .082 |                         |       |
|       | Green Life Style  | .370                        | .159       | .288                      | 2.331 | .022 | .355                    | 2.820 |
|       | Futuristic Design | .398                        | .175       | .286                      | 2.275 | .025 | .343                    | 2.914 |
|       | Technology        | .246                        | .122       | .159                      | 2.018 | .047 | .869                    | 1.150 |
|       | Confidence        | .362                        | .090       | .310                      | 4.008 | .000 | .907                    | 1.102 |

Sumber: Data diolah, 2022

Penelitian ini memiliki 4 hipotesis dan hasil uji hipotesis ini peneliti sajikan pada Tabel 9 di atas. Hipotesis pertama menyebutkan jika *green life style* berpengaruh positif terhadap minat beli ( $B = 0,370$ , sig. =  $0,022 < 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa peran *green life style* dalam penggunaan mobil listrik cukup penting. Semakin banyak masyarakat yang peduli akan kualitas kelestarian lingkungan dan sadar akan pentingnya *green life style*, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat untuk membeli produk. Hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian Aryanti Muhtar Kusuma, dkk (2020).

Hipotesis yang kedua menyatakan jika *futuristic design* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ( $B = 0,398$ , sig. =  $0,025 < 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *futuristic design* cukup berperan pada tampilan mobil listrik. Dengan demikian pada masa mendatang design harus terus ditingkatkan agar inovatif dan unik serta tetap elegan, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat untuk membeli produk. Hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian Mufreni (2016).

Hipotesis yang ketiga menyebutkan jika *technology* berpengaruh positif terhadap minat beli ( $B = 0,246$ ,  $\text{sig.} = 0,047 < 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa peran *technology* dalam suatu produk cukup penting. Jika suatu produk terus meningkatkan inovasi kecanggihan fitur teknologinya, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat untuk membeli produk. Hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian Rendy, dkk (2021).

Hipotesis terakhir (H4) yang menyatakan *confidence* berpengaruh positif terhadap minat beli ( $B = 0,362$ ,  $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$ ) dan dinyatakan jika hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat menggunakan mobil dalam aktivitas sehari-hari dapat menambah rasa percaya diri, dengan demikian diharapkan minat beli konsumen akan meningkat. Hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian Setywan (2016).

## E. KESIMPULAN

Beberapa poin kesimpulan dalam penelitian ini diantaranya: (i) *green life style* berpengaruh positif terhadap minat beli mobil listrik, (ii) *futuristic design* berpengaruh positif terhadap minat beli mobil listrik, (iii) *technology* berpengaruh positif terhadap minat beli mobil listrik, (iv) *confidence* berpengaruh positif terhadap minat beli mobil listrik. Hasil penelitian ini dapat memperkuat dari penelitian sebelumnya sehingga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Mengingat adanya keterbatasan pada penelitian ini adalah cakupan daerah penelitian yang dilakukan di Kota Surakarta, maka penelitian berikutnya disarankan dapat memperluas cakupan daerah responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, A. H. (2017). *Pengaruh kepercayaan diri terhadap keputusan pembelian produk fashion di distro pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang* (Doctoral dissertation, UIN Maulana Malik Ibrahim).
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289-302.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48-54.
- Rendy, R., Zamhari, Z., & Lestari, D. S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 8(1), 17-24.
- Setywan, M. (2016). Pengaruh Brand Recognition, Attitude dan confidence Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Layanan Online Traveloka (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Yoshio, A. (2021). *Mobil Listrik di Indonesia Diproyeksikan Tumbuh Pesat*. Retrieved from: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/08/mobil-listrik-di-indonesia-diproyeksikan-tumbuh-pesat>
- Yusnidar, Y., Samsir, S., & Restuti, S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 311-329.