



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Riset	9
1.4 Tujuan Riset	11
1.5 Manfaat Riset	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.2 Kesiediaan Membayar Lebih.....	17
2.1.3 Niat Beli	18
2.1.4 Nilai yang Dipersepsikan.....	19
2.1.5 Kepedulian Lingkungan.....	19
2.1.6 Kepercayaan Terhadap Kendaraan Listrik	20
2.1.7 Norma Pribadi.....	21
2.1.8 Manfaat Ekspresif Diri (Self Expressive Benefit).....	21
2.1.9 Efikasi Responsif (Responsive Efficacy).....	22
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.2.1 Hubungan antara variabel Kesiediaan Membayar Lebih dengan variabel Niat Beli	22
2.2.2 Hubungan antara variabel Nilai yang Dipersepsikan dengan variabel Kesiediaan Membayar Lebih.....	23
2.2.3 Hubungan antara variabel Nilai yang Dipersepsikan dengan variabel Niat Beli	24
2.2.4 Hubungan antara variabel Kepedulian Lingkungan dengan variabel Kesiediaan Membayar Lebih	24
2.2.5 Hubungan antara variabel Kepedulian Lingkungan dengan variabel Niat Beli.....	25



2.2.6 Hubungan antara variabel Kepercayaan Terhadap Kendaraan Listrik dengan variabel Kesiediaan Membayar Lebih.....	26
2.2.7 Hubungan antara variabel Kepercayaan Terhadap Kendaraan Listrik dengan variabel Niat Beli	26
2.2.8 Hubungan antara variabel Norma Pribadi dengan variabel Niat Beli	27
2.2.9 Hubungan antara variabel Manfaat Ekspresif Diri dengan variabel Kesiediaan Membayar Lebih.....	27
2.2.10 Hubungan antara variabel Manfaat Ekspresif Diri dengan variabel Niat Beli.....	28
2.2.11 Hubungan antara variabel Efikasi Responsif dengan variabel Niat Beli.....	28
2.2.12 Hubungan mediasi Nilai Manfaat dan Niat Beli oleh Kesiediaan Membayar Lebih.....	29
2.2.13 Hubungan mediasi Kepedulian Lingkungan Listrik dan Niat Beli oleh Kesiediaan Membayar Lebih	29
2.2.14 Hubungan mediasi Nilai Kepercayaan Terhadap Kendaraan dan Niat Beli oleh Kesiediaan Membayar Lebih	30
2.2.15 Hubungan mediasi Manfaat Ekspresif Diri dan Niat Beli oleh Kesiediaan Membayar Lebih	31
2.3 Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Strategi Riset	33
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.3.3 Ukuran Sampel.....	36
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran	37
3.4.1 Kesiediaan Membayar Lebih.....	37
3.4.2 Niat Beli.....	38
3.4.3 Nilai yang Dipersepsikan.....	38
3.4.4 Kepedulian lingkungan.....	39
3.4.5 Kepercayaan Terhadap Kendaraan Listrik.....	39
3.4.6 Norma Pribadi.....	40
3.4.7 Manfaat Ekspresif Diri.....	40
3.4.8 Efikasi Responsif.....	40
3.5 Obyek Penelitian	41
3.6 Instrumen Penelitian.....	42
3.7 Pengujian Instrumen.....	43



3.7.1 Uji Validitas.....	43
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.8 Metode Analisis Data	48
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	48
3.8.2 Analisis Statistik Inferensial.....	48
3.8.3 Evaluasi Model PLS-SEM.....	49
3.8.4 Analisis Jalur (Path Analysis).....	51
3.8.5 Tingkat Signifikansi.....	53
3.8.6 Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Analisis Pre-Test	55
4.2 Karakteristik Responden	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	59
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	62
4.4 Analisis Model PLS-SEM.....	65
4.4.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	65
4.4.1.1 Uji Validitas.....	65
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.4.2 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	71
4.4.2.1 Uji <i>R-Square</i> (Koefisien Determinasi).....	71
4.4.2.2 Uji <i>Q-Square</i> (<i>Predictive Relevance</i>).....	72
4.5 Analisis Pengujian Hipotesis.....	73
4.5.1 Interpretasi Hipotesis.....	75
4.5.1.1 Hubungan Kesiediaan Membayar Lebih dan Niat Beli (H1).....	75
4.5.1.2 Hubungan Nilai yang Dipersepsikan dan Kesiediaan Membayar Lebih (H2).....	75
4.5.1.3 Hubungan Nilai yang Dipersepsikan dan Niat Beli (H3).....	76
4.5.1.4 Hubungan Kepedulian Lingkungan dan Kesiediaan Membayar Lebih (H4).....	77
4.5.1.5 Hubungan Kepedulian Lingkungan dan Niat Beli (H5).....	77
4.5.1.6 Hubungan Kepercayaan Terhadap Kendaraan Listrik dan Kesiediaan Membayar Lebih (H6).....	78
4.5.1.7 Hubungan Kepercayaan Terhadap Kendaraan Listrik dan Niat Beli (H7).....	78
4.5.1.8 Hubungan Norma Pribadi dan Niat Beli (H8).....	79



4.5.1.9 Hubungan Manfaat Ekspresi Diri dan Kesiediaan Membayar Lebih (H9)	79
4.5.1.10 Hubungan Manfaat Ekspresi Diri dan Niat Beli (H10).....	79
4.5.1.11 Hubungan Efikasi Responsif dan Niat Beli (H11)	80
4.5.2 Hubungan Antar Variabel Mediasi.....	80
4.5.2.1 Hubungan antara nilai yang dipersepsikan dan niat beli yang dimediasi oleh kesediaan membayar lebih.....	81
4.5.2.2 Hubungan antara kepedulian lingkungan dan niat beli yang dimediasi oleh kesediaan membayar lebih.....	81
4.5.2.3 Hubungan antara kepedulian lingkungan dan niat beli yang dimediasi oleh kesediaan membayar lebih.....	82
4.5.2.4 Hubungan antara manfaat ekspresif diri dan niat beli yang dimediasi oleh kesediaan membayar lebih	83
4.5.3 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	83
4.6 Pembahasan.....	84
4.6.1 Hipotesis 1.....	85
4.6.2 Hipotesis 2.....	86
4.6.3 Hipotesis 3.....	87
4.6.4 Hipotesis 4.....	88
4.6.5 Hipotesis 5.....	89
4.6.6 Hipotesis 6.....	90
4.6.7 Hipotesis 7.....	91
4.6.8 Hipotesis 8.....	92
4.6.9 Hipotesis 9.....	93
4.6.10 Hipotesis 10.....	94
4.6.11 Hipotesis 11.....	95
4.6.12 Hipotesis 12.....	96
4.6.13 Hipotesis 13.....	97
4.6.14 Hipotesis 14.....	98
4.6.15 Hipotesis 15.....	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Implikasi Penelitian	103
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	103
5.2.2 Implikasi Praktis (Manajerial)	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	105
5.4 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	117