

ABSTRAK

Anteseden dan Konsekuensi Keputusan Beli Mobil Listrik Di Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui anteseden dan konsekuensi dari keputusan pembelian yang memengaruhi E-WOM terhadap mobil listrik di Indonesia. Model riset pada penelitian ini terdiri dari variabel kualitas yang dirasakan, nilai sosial, nilai pribadi, nilai fungsional, keputusan pembelian, dan E-WOM. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Ukuran sampel pada penelitian ini berjumlah 397 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara daring. Kriteria responden pada penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun yang memiliki dan menggunakan mobil listrik di Indonesia, beserta sudah pernah melakukan WOM media sosial. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan, nilai sosial, nilai pribadi, nilai fungsional berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, serta keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap E-WOM.

Kata kunci: Kualitas yang Dirasakan, Nilai Sosial, Nilai Pribadi, Nilai Fungsional, Keputusan Pembelian, E-WOM.

ABSTRACT

Antecedents and Consequences of the Decision to Buy an Electric Car in Indonesia

This study aims to determine the antecedents and consequence of purchasing decisions that affect E-WOM on electric cars in Indonesia. The research model in this study consists of variables of perceived quality, social value, personal value, functional value, purchase decision, and E-WOM. Sampling in this study used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The sample size in this study amounted to 397 respondents. The data collection technique uses a questionnaire distributed online. The criteria for respondents in this study were aged at least 17 years who owned and using an electric car in Indonesia, along with having done WOM on social media. The data analysis method used is Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The results of this study indicate that perceived quality, social value, personal value, functional value have a positive effect on purchasing decisions, and purchasing decisions have a positive effect on E-WOM.

Keywords: Perceived Quality, Social Value, Personal Value, Functional Value, Purchase Decision, E-WOM.