

Permasalahan lingkungan akibat polusi udara dan emisi karbon menjadi pemicu munculnya produk ramah lingkungan. Mobil listrik dianggap menjadi solusi untuk mengurangi dampak negatif dari sektor transportasi. Munculnya fenomena ini seiring dengan pertumbuhannya penjualan mobil listrik yang ada di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli mobil listrik asal Tiongkok di Indonesia berdasarkan literatur relevan yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dengan kuesioner daring dan menggunakan metode *purposive sampling*. Responden adalah seluruh Warga Negara Indonesia, berusia minimal 17 tahun, memiliki pengetahuan mengenai kendaraan listrik, dan memiliki pengalaman berkendara baik menggunakan kendaraan listrik dari transportasi *online* dan transportasi umum, melakukan *test drive*, dan menjadi penumpang di mobil orang lain. Terkumpul 234 responden dengan data valid. Data responden diolah menggunakan *Partial-Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma individu menjadi faktor paling berpengaruh pada niat beli mobil listrik asal Tiongkok Di Indonesia secara positif dan signifikan. Selain itu, sikap positif juga berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli mobil listrik.

Kata Kunci: Niat Beli, Keunggulan Relatif, Kepedulian Lingkungan, Norma Sosial, Sikap Positif, Norma Individu, Pengalaman Uji Coba Berkendara

Environmental issues caused by air pollution and carbon emissions have driven the emergence of eco-friendly products. Electric vehicles (EVs) are considered a solution to reduce the negative impact of the transportation sector. This phenomenon aligns with the growing sales of EVs in Indonesia. This study aims to analyze the factors influencing the purchase intention of Chinese-brand electric vehicles in Indonesia based on relevant literature previously identified.

This research was conducted using a quantitative approach with a survey method. Data were collected through an online questionnaire using purposive sampling. Respondents were Indonesian citizens aged at least 17 years, who have knowledge about electric vehicles and driving experience, either through online and public transportation, test drives, or as passengers in others' electric vehicles. A total of 234 valid responses were obtained. The data were processed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results of the study indicate that individual norms are the most influential factor in positively and significantly affecting the purchase intention of Chinese-made electric vehicles in Indonesia. In addition, positive attitudes also have a positive and significant impact on purchase intention for electric vehicles.

Keyword: Purchase Intention, Relative Advantage, Environmental Concern, Social Norms, Positive Attitude, Individual Norms, Driving Trial Experience