

ABSTRAK

Sektor otomotif di Indonesia saat ini menjadi lebih variatif dibandingkan beberapa tahun yang lalu, terutama ketika Kendaraan Listrik Hibrid (Hybrid Electric Vehicle) mendapatkan popularitas tersendiri. Salah satu pemain di pasar Indonesia adalah Toyota. Toyota datang ke Indonesia dengan memboyong Camry dan Prius mereka di sektor pasar yang lebih tinggi, namun mereka juga memboyong Innova Zenix untuk menjangkau lebih banyak segmen konsumen. Penelitian ini ingin menguji pengaruh kepedulian lingkungan, sikap ramah lingkungan, dan sensitivitas harga terhadap niat pembelian ramah lingkungan di pasar Indonesia.

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) untuk mengetahui pengaruh antar variabel terhadap niat pembelian ramah lingkungan. Sasaran penelitian adalah masyarakat Indonesia berusia 22 hingga 65 tahun ke atas yang pernah membeli mobil Toyota, punya intensi membeli mobil atau berpengalaman menggunakan mobil tersebut. Penelitian ini menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dan SmartPLS 3.0 untuk menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepedulian Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Niat Membeli Ramah Lingkungan. Kemudian Sensitivitas Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Membeli Ramah Lingkungan. Selain itu, Kepedulian Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan terhadap Sikap Ramah Lingkungan. Selanjutnya Sensitivitas Harga berpengaruh signifikan terhadap Sikap Ramah Lingkungan. Selain itu, Kepedulian Lingkungan mempunyai pengaruh positif tidak langsung terhadap Niat Membeli Ramah Lingkungan dengan menggunakan Sikap Ramah Lingkungan sebagai variabel mediasi. Selain itu, Sensitivitas Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap Intensi Pembelian Ramah Lingkungan dengan Sikap Ramah Lingkungan sebagai variabel mediasi. Terakhir, Sikap Ramah Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Pembelian Ramah Lingkungan.

Kata kunci: *Kendaraan Listrik Hibrid, Theory of Planned Behavior, Kepedulian Lingkungan, Sensitivitas Harga, Sikap Ramah Lingkungan, Niat Membeli Ramah Lingkungan.*