

Sintesis Determinan Minat Beli Mobil Listrik: Nilai, Sikap, Norma Personal, Kesadaran Lingkungan Melalui Systematic Literature Review

Reni Robbiyanti

Program Magister Management, Universitas Paramadina, Indonesia

Email Korespondensi: robbiyanti@gmail.com

Article received: 01 November 2025, Review process: 11 November 2025

Article Accepted: 25 Desember 2025, Article published: 08 Januari 2026

ABSTRACT

This study aims to systematically synthesize the factors influencing electric car purchase intention and identify the relationship mechanisms between variables reported in previous literature. The method used is a Systematic Literature Review (SLR) with reference to the PRISMA guidelines. A total of 49 reputable journal articles published between 2021 and 2025 were analyzed through a stepwise selection process and structured data extraction. The results of the study indicate that consumer attitudes and personal norms are the most consistent and dominant determinants in shaping electric car purchase intention. Consumption values and green values act as important antecedents that influence the formation of attitudes and personal norms, while environmental awareness generally operates indirectly through the mechanisms of value internalization and moral obligation. Structural factors such as perceived risk, policy support, and driving experience are reported to have contextual and inconsistent influences as direct determinants. The findings also indicate that the relationship between variables does not follow a completely linear pattern, but rather involves the role of mediating and moderating variables in the relationship. Overall, this study confirms that electric car purchase intention is a complex and multidimensional behavior. The conclusion of this study emphasizes the importance of an integrative conceptual approach that combines the dimensions of values, attitudes, personal norms, and environmental awareness in explaining the interest in purchasing electric cars.
Keywords: purchase intention, electric vehicles, consumer behavior, personal norms, systematic literature review.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mensintesis secara sistematis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli mobil listrik serta mengidentifikasi mekanisme hubungan antarvariabel yang dilaporkan dalam literatur terdahulu. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan mengacu pada pedoman PRISMA. Sebanyak 49 artikel jurnal bereputasi yang dipublikasikan pada periode 2021–2025 dianalisis melalui proses seleksi bertahap dan ekstraksi data terstruktur. Hasil kajian menunjukkan bahwa sikap konsumen dan norma personal merupakan determinan yang paling konsisten dan dominan dalam membentuk minat beli mobil listrik. Nilai konsumsi dan nilai hijau berperan sebagai antecedent penting yang memengaruhi pembentukan sikap dan norma personal, sementara kesadaran lingkungan umumnya bekerja secara tidak langsung melalui mekanisme internalisasi nilai dan kewajiban moral. Faktor struktural seperti risiko yang

dipersepsikan, dukungan kebijakan, dan pengalaman berkendara dilaporkan memiliki pengaruh yang bersifat kontekstual dan tidak konsisten sebagai determinan langsung. Temuan tersebut juga mengindikasikan bahwa keterkaitan antarvariabel tidak sepenuhnya mengikuti pola linier, melainkan melibatkan adanya peran variabel mediasi dan moderasi dalam hubungan tersebut. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa minat beli mobil listrik merupakan perilaku yang kompleks dan multidimensional. Kesimpulan penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan konseptual integratif yang menggabungkan dimensi nilai, sikap, norma personal, dan kesadaran lingkungan dalam menjelaskan minat beli mobil listrik.

Kata Kunci: *minat beli, mobil listrik, perilaku konsumen, systematic literature review.*

PENDAHULUAN

Perkembangan kendaraan listrik (electric vehicles/EV) sebagai solusi transportasi berkelanjutan telah menjadi fokus utama penelitian akademik dalam satu dekade terakhir, seiring meningkatnya urgensi pengurangan emisi karbon dan transisi menuju sistem mobilitas rendah karbon, yang tercermin dari tren peningkatan publikasi penelitian minat beli mobil listrik sejak tahun 2018 hingga 2025.

Literatur mutakhir secara konsisten menempatkan minat beli mobil listrik sebagai konstruk perilaku yang bersifat multidimensional dan kompleks, yang tidak lagi dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan rasional-ekonomis semata, melainkan sebagai hasil interaksi dinamis antara faktor psikologis, nilai konsumsi, norma personal, sikap, kesadaran lingkungan, serta dukungan struktural dan kebijakan (Ivanova & Moreira, 2023). Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa meskipun kendaraan listrik menawarkan keunggulan fungsional dan lingkungan, tingkat adopsi dan minat beli konsumen masih relatif rendah, yang menandakan bahwa hambatan utama adopsi EV tidak hanya terletak pada aspek teknis atau ekonomi, tetapi juga pada mekanisme psikologis internal konsumen ((Zhao et al., 2024); (Dutta, 2025)). Sejumlah studi menegaskan bahwa sikap konsumen merupakan prediktor paling dominan dalam membentuk minat beli mobil listrik, yang terbentuk melalui evaluasi terhadap nilai fungsional, nilai simbolik, manfaat lingkungan, serta kepuasan emosional yang diasosiasikan dengan penggunaan EV ((Mohd Noor et al., 2025); (Cabeza-Ramírez et al., 2025); (Ji et al., 2024)). Selain sikap, norma personal juga secara konsisten diidentifikasi sebagai determinan kunci yang mencerminkan dorongan moral internal individu untuk bertindak sesuai dengan nilai keberlanjutan, yang dipengaruhi oleh kesadaran akan konsekuensi lingkungan dan atribusi tanggung jawab personal ((Duong, 2025); (Dutta, 2025); (Ji et al., 2024)). Penelitian lain menunjukkan bahwa nilai konsumsi dan nilai hijau berperan sebagai antecedent penting yang membentuk sikap dan norma personal, namun pengaruhnya terhadap minat beli sering kali bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh kepercayaan hijau, kewajiban moral, serta efikasi diri lingkungan ((Tsai et al., 2025); (Zhao et al., 2024); (Javed et al., 2025)). State of the art penelitian juga menunjukkan pergeseran paradigma dari model linier sederhana menuju model integratif yang menggabungkan Theory of Planned Behavior (TPB), Norm Activation Model (NAM), serta teori nilai konsumsi dan nilai hijau, yang

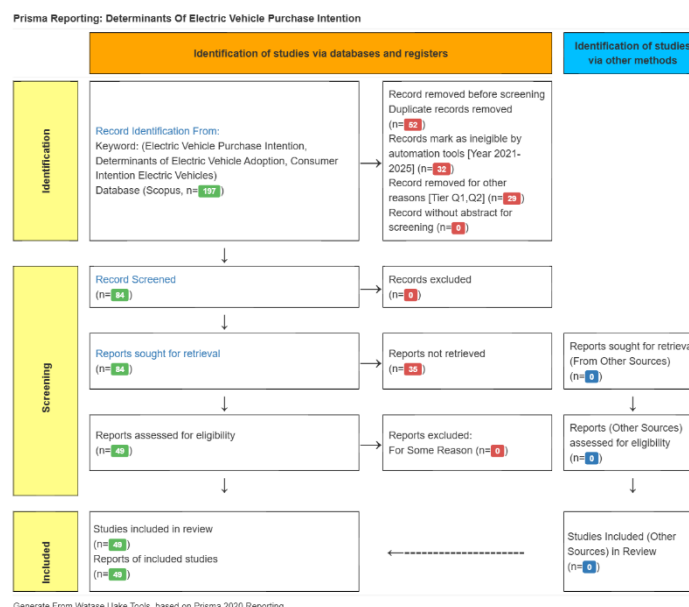
menempatkan dimensi moral dan etis sebagai elemen sentral dalam pembentukan minat beli mobil listrik ((Asadi et al., 2021); (Dutta & Hwang, 2021); (Cabeza-Ramírez et al., 2025a))

Meskipun demikian, tinjauan penelitian terdahulu mengungkap adanya fragmentasi konseptual yang signifikan, di mana banyak studi masih mengkaji determinan minat beli secara parsial dan terpisah, tanpa mengintegrasikan mekanisme hubungan antara nilai, sikap, norma personal, dan kesadaran lingkungan dalam satu kerangka konseptual yang komprehensif (Ye et al., 2021). Selain itu, terdapat ketidakkonsistenan temuan empiris terkait peran faktor struktural seperti infrastruktur, risiko yang dipersepsikan, dan insentif kebijakan, yang dalam beberapa studi signifikan namun dalam studi lain lemah atau tidak berpengaruh, sehingga menunjukkan adanya kebutuhan untuk pemodelan yang lebih kontekstual dan integratif ((Suvittawat, 2024); (Chatterjee et al., 2024)). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena bertujuan mensintesis secara sistematis seluruh temuan penelitian terdahulu guna mengidentifikasi faktor-faktor utama yang secara konsisten memengaruhi minat beli mobil listrik, menjelaskan mekanisme hubungan antara nilai, sikap, norma personal, dan kesadaran lingkungan, serta mengungkap celah penelitian yang masih ada dalam pemodelan determinan minat beli EV. Dengan menggunakan pendekatan *systematic literature review*, penelitian ini diarahkan untuk mengonsolidasikan perkembangan teoretis dan empiris terkini serta merumuskan arah pengembangan konseptual yang direkomendasikan oleh literatur, sehingga memberikan kontribusi teoretis yang kuat dan terstruktur dalam kajian minat beli mobil listrik. Sejalan dengan tujuan tersebut, rumusan masalah penelitian ini difokuskan pada tiga pertanyaan utama, yaitu faktor-faktor apa saja yang secara konsisten diidentifikasi sebagai determinan minat beli mobil listrik, bagaimana mekanisme hubungan antara faktor nilai, sikap, norma personal, dan kesadaran lingkungan dalam membentuk minat beli menurut temuan penelitian terdahulu, serta celah penelitian apa yang masih terdapat dalam literatur terkait pemodelan faktor-faktor tersebut dan bagaimana arah pengembangan konseptual yang direkomendasikan oleh penelitian terdahulu. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi teoretis yang kuat karena berada pada jalur utama perkembangan literatur, sekaligus memiliki kontribusi ilmiah yang signifikan dalam mengintegrasikan temuan-temuan yang selama ini terfragmentasi ke dalam satu kerangka konseptual yang lebih utuh dan sistematis..

METODE

Metode Penelitian ini menggunakan desain *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengikuti pedoman PRISMA untuk memastikan transparansi, keterlacakan, dan replikabilitas proses kajian literatur, sebagaimana direkomendasikan dalam penelitian-penelitian mutakhir terkait minat beli mobil listrik (Ivanova & Moreira, 2023; Zhu & Lamsali, 2024). Subjek penelitian bukan individu, melainkan artikel jurnal ilmiah bereputasi yang membahas determinan minat beli atau niat beli mobil listrik, yang diperoleh melalui basis data Scopus sebagai sumber

utama karena konsistensi kualitas dan relevansinya dalam literatur kendaraan listrik (Rahman & Thill, 2024).



Gambar 1: Pedoman PRISMA

Proses identifikasi awal dilakukan menggunakan kata kunci “Electric Vehicle Purchase Intention”, “Determinants of Electric Vehicle Adoption”, dan “Consumer Intention Electric Vehicles”, yang menghasilkan 197 artikel. Instrumen penelitian dalam SLR ini berupa lembar ekstraksi data terstruktur, yang digunakan untuk mencatat informasi inti setiap artikel, meliputi penulis, tahun publikasi, konteks penelitian, kerangka teori, variabel utama, metode analisis, serta temuan kunci terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat beli mobil listrik (Mohd Noor et al., 2025); (Cabeza-Ramírez et al., 2025a)). Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu penghapusan duplikasi, penyaringan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, penilaian kelayakan full-text, serta seleksi akhir artikel yang relevan, sehingga diperoleh 49 artikel yang memenuhi kriteria untuk dianalisis secara mendalam. Kriteria inklusi mencakup artikel jurnal berbahasa Inggris, terbit dalam rentang waktu 2021–2025, membahas secara eksplisit minat beli atau niat beli mobil listrik, serta menggunakan pendekatan empiris atau konseptual yang jelas, sementara artikel non-jurnal, prosiding, dan studi yang tidak relevan dikecualikan (Ji et al., 2024; Duong, 2025). Metode analisis data dilakukan melalui sintesis tematik naratif, dengan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan kategori determinan utama seperti nilai konsumsi, sikap, norma personal, kesadaran lingkungan, nilai hijau, dan faktor struktural, sebagaimana digunakan dalam studi-studi sebelumnya ((Tsai et al., 2025; Zhao et al., 2024; Dutta, 2025). Selain itu, analisis juga difokuskan pada identifikasi mekanisme hubungan antarvariabel serta celah konseptual dalam pemodelan minat beli mobil listrik, sehingga memungkinkan perumusan arah pengembangan konseptual yang lebih integratif dan komprehensif (Ye et al., 2021; Zhu & Lamsali, 2024). Dengan prosedur ini, metode penelitian

dirancang agar dapat direplikasi secara sistematis oleh peneliti lain dalam konteks kajian minat beli mobil listrik. (Dutta, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil systematic literature review terhadap 49 artikel terinklusi menunjukkan bahwa determinan minat beli mobil listrik dapat dikelompokkan ke dalam beberapa tema utama yang saling beririsan dan membentuk mekanisme perilaku yang kompleks.

Tema pertama yang paling dominan adalah sikap konsumen, yang secara konsisten diidentifikasi sebagai prediktor terkuat minat beli mobil listrik dalam berbagai konteks penelitian (Mohd Noor et al., 2025; Cabeza-Ramírez et al., 2025; Ji et al., 2024; (Dutta, 2025). Sikap positif terhadap mobil listrik terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap manfaat fungsional, simbolik, dan lingkungan, serta pengalaman emosional yang diasosiasikan dengan penggunaan kendaraan listrik.

Tema kedua yang muncul secara konsisten adalah norma personal, yang mencerminkan dorongan moral internal individu untuk berperilaku ramah lingkungan, dan terbukti memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap minat beli (Duong, 2025; Ji et al., 2024; Dutta, 2025). Norma personal umumnya dipengaruhi oleh kesadaran akan konsekuensi lingkungan dan atribusi tanggung jawab personal, yang menandai internalisasi nilai keberlanjutan ke dalam sistem nilai individu.

Tema ketiga berkaitan dengan nilai konsumsi dan nilai hijau, yang berperan sebagai antecedent psikologis penting dalam pembentukan sikap dan norma personal. Literatur menunjukkan bahwa nilai emosional dan simbolik sering kali lebih berpengaruh dibandingkan nilai fungsional murni, terutama dalam konteks produk inovatif seperti mobil listrik (Mohd Noor et al., 2025; Tsai et al., 2025). Nilai hijau dan perceived green value tidak selalu berpengaruh langsung terhadap minat beli, tetapi bekerja melalui mekanisme mediasi seperti kepercayaan hijau, kewajiban moral, dan efikasi diri lingkungan (Zhao et al., 2024; Javed et al., 2025).

Tema keempat adalah kesadaran lingkungan, yang secara umum berfungsi sebagai pemicu awal pembentukan nilai dan norma, namun jarang berpengaruh langsung tanpa dimediasi oleh variabel psikologis lain. Selain itu, tema kelima mencakup faktor struktural dan kontekstual, seperti risiko yang dipersepsikan, infrastruktur, pengalaman berkendara, dan dukungan kebijakan, yang menunjukkan temuan tidak konsisten dan cenderung bersifat kontekstual (Suvittawat, 2024; Zou et al., 2024; Chatterjee et al., 2024). Secara keseluruhan, temuan SLR menunjukkan bahwa minat beli mobil listrik paling tepat dipahami melalui model integratif yang menggabungkan nilai, sikap, norma personal, dan kesadaran lingkungan, dengan faktor struktural berperan sebagai penguat atau pelemah hubungan tersebut.

**Table : 1 Tabel Ringkasan Karakteristik Studi Terinklusi
(Sintesis Agregatif, n = 49)**

Aspek Karakteristik	Pola Dominan dalam Studi
---------------------	--------------------------

Rentang Tahun Publikasi	2021–2025 (mayoritas 2023–2025)
Konteks Geografis	Asia (China, Taiwan, Malaysia, Vietnam, India), Eropa (Spanyol), negara berkembang dominan
Kerangka Teoretis	TPB, NAM, TPB–NAM integratif, teori nilai konsumsi, nilai hijau
Variabel Utama	Sikap, norma personal, nilai konsumsi, kesadaran lingkungan
Variabel Mediasi	Sikap, norma personal, kewajiban moral, kepercayaan hijau
Variabel Moderasi	Risiko, pengalaman, karakteristik demografis, kebijakan
Metode Analisis	SEM, PLS-SEM, ANN, fsQCA, NCA

Diskusi Temuan Berdasarkan Research Question 1: Apa saja faktor-faktor utama yang secara konsisten diidentifikasi dalam literatur sebagai determinan minat beli mobil listrik?

Hasil systematic literature review ini menunjukkan bahwa terdapat konsistensi yang kuat dalam literatur terkait faktor-faktor utama yang memengaruhi minat beli mobil listrik, meskipun konteks geografis, pendekatan metodologis, dan kerangka teoretis yang digunakan berbeda-beda. Faktor yang paling dominan dan muncul secara konsisten dalam hampir seluruh studi terinklusi adalah sikap konsumen terhadap mobil listrik, sebagaimana dilaporkan oleh (Mohd Noor et al., 2025; Cabeza-Ramírez et al., 2025; Ji et al., 2024; Dutta, 2025), serta Dutta & Hwang, (2021). Sikap dalam konteks ini dipahami sebagai evaluasi menyeluruh konsumen terhadap mobil listrik, yang mencakup persepsi manfaat fungsional, nilai simbolik, manfaat lingkungan, serta respons emosional terhadap teknologi tersebut. Konsistensi temuan ini menunjukkan bahwa sikap berfungsi sebagai mekanisme evaluatif utama yang menjembatani berbagai faktor antecedent dengan minat beli.

Selain sikap, norma personal juga muncul sebagai determinan kunci yang dilaporkan secara berulang dalam literatur, khususnya dalam studi yang menggunakan Norm Activation Model (NAM) maupun model integratif TPB–NAM. (Duong, 2025; Ji et al., 2024; Dutta, 2025) menunjukkan bahwa norma personal memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat beli mobil listrik, bahkan dalam beberapa konteks lebih kuat dibandingkan norma subjektif. Norma personal mencerminkan dorongan moral internal individu untuk bertindak sesuai dengan nilai keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan membeli mobil listrik tidak semata-mata didorong oleh tekanan sosial eksternal, melainkan oleh internalisasi nilai moral individu.

Faktor lain yang secara konsisten diidentifikasi adalah nilai konsumsi, khususnya nilai emosional dan simbolik. (Mohd Noor et al., 2025) menemukan bahwa nilai emosional memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan nilai fungsional terhadap minat beli, sementara (Tsai et al., 2025) menunjukkan bahwa green perceived quality dan green brand image berperan penting dalam membentuk kepercayaan hijau yang selanjutnya memengaruhi minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen memaknai mobil listrik bukan hanya sebagai alat

transportasi, tetapi juga sebagai simbol identitas, inovasi, dan kepedulian lingkungan.

Kesadaran lingkungan juga sering muncul dalam literatur, namun perannya lebih sering sebagai faktor tidak langsung. (Javed et al., 2025; Zhao et al., 2024) menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan jarang berpengaruh langsung terhadap minat beli, tetapi bekerja melalui variabel psikologis lain seperti kewajiban moral, efikasi diri, dan sikap. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan perlu diinternalisasi menjadi nilai dan norma agar mampu mendorong minat beli secara nyata. Selain itu, faktor risiko dan struktural seperti perceived risk, infrastruktur, dan dukungan kebijakan dilaporkan dalam beberapa studi, namun dengan temuan yang tidak konsisten (Suvittawat, 2024; (Zou et al., 2024b); Chatterjee et al., 2024).

Secara keseluruhan, jawaban terhadap RQ1 menunjukkan bahwa determinan utama minat beli mobil listrik yang paling konsisten dalam literatur adalah sikap, norma personal, dan nilai konsumsi, sementara kesadaran lingkungan dan faktor struktural berperan sebagai faktor pendukung atau antecedent tidak langsung. Konsistensi ini memperkuat posisi variabel psikologis sebagai pusat dalam pemodelan minat beli mobil listrik.

Diskusi Temuan Berdasarkan Research Question 2: Bagaimana mekanisme hubungan antara faktor nilai, sikap, norma personal, dan kesadaran lingkungan dalam membentuk minat beli mobil listrik menurut temuan penelitian terdahulu?

Hasil SLR ini menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan minat beli mobil listrik dalam literatur bersifat berlapis dan tidak linier, dengan keterlibatan kuat variabel mediasi psikologis. Nilai konsumsi dan nilai hijau secara konsisten dilaporkan sebagai antecedent awal yang memengaruhi pembentukan sikap dan norma personal. (Mohd Noor et al., 2025) menunjukkan bahwa nilai emosional dan simbolik memengaruhi sikap konsumen, yang selanjutnya memediasi hubungan antara nilai dan minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai tidak bekerja secara langsung, melainkan melalui evaluasi afektif dan kognitif yang tercermin dalam sikap.

Kesadaran lingkungan dilaporkan memiliki mekanisme serupa. (Javed et al., 2025) menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli, tetapi bekerja melalui jalur mediasi berupa penilaian etis, kewajiban moral, dan norma subjektif. (Duong, 2025; Ji et al., 2024) juga menegaskan bahwa kesadaran akan konsekuensi lingkungan dan atribusi tanggung jawab personal berperan sebagai antecedent pembentukan norma personal. Norma personal kemudian menjadi pendorong langsung minat beli. Mekanisme ini menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan harus melalui proses internalisasi moral agar berdampak pada minat beli.

Sikap dan norma personal berperan sebagai mediator sentral dalam hampir seluruh model yang dianalisis. (Dutta, 2025; Cabeza-Ramírez et al., 2025) menunjukkan bahwa sikap dan norma personal sering kali bekerja secara simultan, di mana sikap mencerminkan evaluasi pribadi terhadap manfaat dan risiko, sementara norma personal mencerminkan kewajiban moral untuk bertindak ramah

lingkungan. Hubungan ini menunjukkan bahwa minat beli mobil listrik terbentuk melalui kombinasi pertimbangan egoistik dan altruistik.

Beberapa studi juga menunjukkan adanya mekanisme mediasi tambahan. (Tsai et al., 2025) melaporkan bahwa green trust memediasi hubungan antara green perceived quality dan minat beli, sementara Zhao et al. (2024) menunjukkan bahwa perceived environmental responsibility dan self-efficacy memediasi hubungan antara perceived green value dan minat beli. Mekanisme ini menunjukkan bahwa nilai hijau perlu diterjemahkan menjadi keyakinan dan kepercayaan agar berdampak pada niat perilaku.

Dengan demikian, jawaban terhadap RQ2 menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan minat beli mobil listrik bersifat hierarkis, dimulai dari nilai dan kesadaran lingkungan, dilanjutkan dengan pembentukan sikap dan norma personal, dan berakhir pada minat beli. Mekanisme ini menegaskan bahwa minat beli tidak muncul secara instan, melainkan melalui proses internalisasi nilai dan evaluasi psikologis yang kompleks.

Diskusi Temuan Berdasarkan Research Question 3: Celah penelitian apa yang masih ditemukan dalam literatur terkait pemodelan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli mobil listrik, dan bagaimana arah pengembangan konseptual yang direkomendasikan oleh penelitian terdahulu?

Hasil SLR ini mengidentifikasi beberapa celah penelitian utama yang secara konsisten muncul dalam literatur. Celah pertama adalah fragmentasi konseptual, di mana banyak penelitian masih mengkaji determinan minat beli secara parsial dan terpisah. (Zhu & Lamsali, 2024) menunjukkan bahwa meskipun faktor psikologis, lingkungan, dan ekonomi sering dikaji, integrasi antarfaktor tersebut dalam satu kerangka konseptual masih terbatas. Hal ini menyebabkan pemahaman yang terfragmentasi mengenai mekanisme pembentukan minat beli.

Celah kedua adalah ketidakkonsistenan temuan terkait faktor struktural. Beberapa penelitian menemukan bahwa infrastruktur dan dukungan kebijakan berpengaruh signifikan (Chatterjee et al., 2024; Suvittawat, 2024), sementara penelitian lain menunjukkan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan (Mohd Noor et al., 2025). Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa faktor struktural kemungkinan bersifat kontekstual dan berfungsi sebagai moderator, bukan determinan utama.

Celah ketiga berkaitan dengan keterbatasan pemodelan mekanisme mediasi dan moderasi. Meskipun beberapa studi telah menguji mediasi sikap dan norma personal, eksplorasi hubungan berantai antarvariabel masih terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian masih menggunakan desain cross-sectional, sehingga tidak mampu menangkap dinamika perubahan minat beli dari waktu ke waktu (Ye et al., 2021).

Arah pengembangan konseptual yang direkomendasikan dalam literatur mengarah pada model integratif yang menggabungkan TPB, NAM, dan teori nilai konsumsi. (Dutta, 2025; Cabeza-Ramírez et al., 2025) menekankan pentingnya integrasi faktor rasional dan normatif. Selain itu, penggunaan pendekatan nonlinier

seperti ANN dan fsQCA juga direkomendasikan untuk menangkap kompleksitas hubungan antarvariabel (Zhu & Lamsali, 2024).

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli mobil listrik merupakan konstruk perilaku yang kompleks dan multidimensional, yang dibentuk oleh interaksi antara faktor psikologis, nilai konsumsi, norma personal, dan kesadaran lingkungan. Temuan utama penelitian ini menegaskan bahwa sikap konsumen dan norma personal merupakan determinan paling dominan dan konsisten dalam membentuk minat beli mobil listrik di berbagai konteks penelitian. Nilai konsumsi, khususnya nilai emosional dan simbolik, serta nilai hijau berperan sebagai antecedent penting yang membentuk sikap dan norma personal, sementara kesadaran lingkungan cenderung bekerja secara tidak langsung melalui mekanisme internalisasi moral. Selain itu, faktor struktural seperti risiko yang dipersepsikan, dukungan kebijakan, dan pengalaman berkendara dilaporkan memiliki peran yang bersifat kontekstual dan tidak konsisten sebagai determinan langsung. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa minat beli mobil listrik tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan harus dipandang sebagai hasil proses psikologis dan moral yang berlapis.

Dari sisi kontribusi keilmuan, penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan mengonsolidasikan temuan-temuan yang selama ini terfragmentasi dalam literatur ke dalam pemahaman konseptual yang lebih terintegrasi. Penelitian ini memperkuat posisi model integratif yang menggabungkan Theory of Planned Behavior, Norm Activation Model, serta teori nilai konsumsi sebagai kerangka dominan dalam menjelaskan minat beli mobil listrik. Dengan menempatkan sikap dan norma personal sebagai mediator sentral, penelitian ini memperkaya kajian perilaku konsumen dalam konteks keberlanjutan dan mobilitas ramah lingkungan. Selain itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dimensi moral dan etis memiliki peran yang setara, bahkan sering kali lebih kuat, dibandingkan pertimbangan rasional-ekonomis dalam keputusan pembelian mobil listrik. Kontribusi ini memberikan landasan teoretis yang lebih kokoh bagi pengembangan model perilaku konsumen yang relevan dengan tantangan keberlanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas pemahaman teoretis, tetapi juga memberikan arah konseptual yang jelas bagi penelitian selanjutnya di bidang pemasaran berkelanjutan dan perilaku konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Asadi, S., Nilashi, M., Samad, S., Abdullah, R., Mahmoud, M., Alkinani, M. H., & Yadegaridehkordi, E. (2021). Factors impacting consumers' intention toward adoption of electric vehicles in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 282. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124474>
- Cabeza-Ramírez, L. J., Rosales-Tristancho, A., Sánchez-Cañizares, S. M., & Palacios-Florencio, B. (2025). Rational and normative determinants in electric vehicle

-
- adoption: Willingness to pay and moderating variables. *Technology in Society*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.102842>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Bresciani, S. (2024). Exploring the effect of government incentives on electric vehicle purchase intention in smart cities. *Journal of Cleaner Production*, 477. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143841>
- Duong, C. D. (2025). Balancing awareness and responsibility: Cognitive mechanisms shaping electric vehicle purchase intentions. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2025.101440>
- Dutta, B. (2025). Understanding Pro-Environmental Behavior in Sustainable Mobility: An Integrated Framework for Electric Vehicle (EV) Purchase Intentions. *Sustainability (Switzerland)*, 17(19). <https://doi.org/10.3390/su17198632>
- Dutta, B., & Hwang, H. G. (2021). Consumers purchase intentions of green electric vehicles: The influence of consumers technological and environmental considerations. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132112025>
- Ivanova, G., & Moreira, A. C. (2023). Antecedents of Electric Vehicle Purchase Intention from the Consumer's Perspective: A Systematic Literature Review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Issue 4). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15042878>
- Javed, M. K., Capaldo, A., Qadeer, T., & Manzoor, A. (2025). Impact of environmental awareness due to the COVID-19 pandemic on consumers' intention to purchase electric vehicles: the mediating roles of rational and non-rational factors. *Journal of Cleaner Production*, 518. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2025.145924>
- Ji, Z., Jiang, H., & Zhu, J. (2024). Factors Impacting Consumers' Purchase Intention of Electric Vehicles in China: Based on the Integration of Theory of Planned Behaviour and Norm Activation Model. *Sustainability (Switzerland)*, 16(20). <https://doi.org/10.3390/su16209092>
- Mohd Noor, N. A., Muhammad, A., Isa, F. M., Shamsudin, M. F., & Abaidah, T. N. A. T. (2025). The Electric Vehicle (EV) Revolution: How Consumption Values, Consumer Attitudes, and Infrastructure Readiness Influence the Intention to Purchase Electric Vehicles in Malaysia. *World Electric Vehicle Journal*, 16(10). <https://doi.org/10.3390/wevj16100556>
- Rahman, M. M., & Thill, J. C. (2024). A Comprehensive Survey of the Key Determinants of Electric Vehicle Adoption: Challenges and Opportunities in the Smart City Context. In *World Electric Vehicle Journal* (Vol. 15, Issue 12). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/wevj15120588>
- Suvittawat, A. (2024). Exploring the Relationship between Supply Chain Agility, Consumer and Electric Vehicle Characteristics, and Purchase Intentions in
-

-
- Thailand: A Structural Equation Modeling Approach. *World Electric Vehicle Journal*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/wevj15070294>
- Tsai, C. M., Kao, W. Y., & Liu, W. C. (2025). Navigating Sustainable Mobility in Taiwan: Exploring the Brand-Specific Effects of Perceived Green Attributes on the Green Purchase Intention for Battery Electric Vehicles. *Sustainability (Switzerland)*, 17(3). <https://doi.org/10.3390/su17030985>
- Ye, F., Kang, W., Li, L., & Wang, Z. (2021). Why do consumers choose to buy electric vehicles? A paired data analysis of purchase intention configurations. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 147, 14–27. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.02.014>
- Zhao, H., Furuoka, F., & Rasiah, R. (2024). The Influence of Psychological Factors on Consumer Purchase Intention for Electric Vehicles: Case Study from China: Integrating the Necessary Condition Analysis Methodology from the Perspective of Self-Determination Theory. *World Electric Vehicle Journal*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/wevj15080331>
- Zhu, X., & Lamsali, H. (2024). Bibliometric review on factors influencing consumers' intention to purchase electric vehicles. In *Cogent Business and Management* (Vol. 11, Issue 1). Cogent OA. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2422036>
- Zou, J., Kamarudin, K. M., Liu, J., & Zhang, J. (2024). Towards Sustainable Mobility: Determinants of Intention to Purchase Used Electric Vehicles in China. *Sustainability (Switzerland)*, 16(19). <https://doi.org/10.3390/su16198588>