

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the variables that influence the purchase intentions an electric car among Generation Z, in the city of Jakarta, Indonesia based on the modified theory of planned behavior (TPB) model. Structural equation modelling (SEM) with S-PLS 4.0 has been employed to analyze the research model, using 127 valid responses. The findings of the current study explored how attitude (AT) and perceived behavioral control (PBC) significantly influenced users' sustainable consumption intentions. The finding also explored ways in which environmental concern (EC) and electric car feature (F) do not influence users. Another finding is that attitude has a full mediating between environmental concern and purchase intention, and fully mediates between features and purchase intention. Obtained R<sup>2</sup> for endogenous variables has a high influence, purchase intention of 69.4% and attitude of 56.0%. The results also show that Generation Z in Jakarta is very concerned about the environment, but not necessarily interested in electric cars. Conclusions from the current study can assist the companies or policy makers to influence potential consumers in the process of increasing interest in buying electric cars, they can create educational programs and campaigns that are more intense. The benefits and advantages of using electric cars and the benefits to the environment.*

*Keywords: Purchase Intention, Electric Car, Environment Concern, Feature, Generation-Z*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi minat beli mobil listrik di kalangan Generasi Z, di kota Jakarta, Indonesia berdasarkan model *theory of planned behavior* (TPB) yang dimodifikasi. Structural Equation Modelling (SEM) dengan S-PLS 4.0 telah digunakan untuk menganalisis model penelitian, menggunakan 127 responden yang valid. Temuan studi saat ini mengeksplorasi bagaimana sikap (AT) dan *perceived behavior control* (PBC) secara signifikan memengaruhi minat konsumsi berkelanjutan pengguna. Temuan ini juga mengeksplorasi cara-cara di mana kepedulian lingkungan (EC) dan fitur mobil listrik (F) tidak memengaruhi pengguna. Temuan lain adalah bahwa sikap memiliki mediasi penuh antara kepedulian lingkungan dan minat beli, dan sepenuhnya memediasi antara fitur dan minat beli. Didapatkan R<sup>2</sup> untuk variabel endogen memiliki pengaruh yang tinggi, minat beli sebesar 69,4% dan sikap sebesar 56,0%. Hasilnya juga menunjukkan bahwa Generasi Z di Jakarta sangat peduli terhadap lingkungan, namun belum tentu tertarik dengan mobil listrik. Kesimpulan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan atau pembuat kebijakan untuk mempengaruhi konsumen potensial dalam proses peningkatan minat membeli mobil listrik, mereka dapat membuat program dan kampanye pendidikan yang lebih intens. Manfaat dan keuntungan menggunakan mobil listrik dan manfaatnya bagi lingkungan.

**Kata Kunci:** Minat Beli, Mobil Listrik, Peduli Lingkungan, Fitur, Generasi Z

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA