

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu jenis transportasi yaitu transportasi darat(wikipedia, 2023)

Transportasi darat adalah segala bentuk transportasi menggunakan jalan untuk mengangkut penumpang atau barang. Transportasi darat merupakan moda transportasi yang paling dominan di Indonesia dibandingkan moda transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut. Hal ini ditunjukkan dari data *Organizational Development*(OD) Nasional 2001 yang menggambarkan bahwa $\pm 95\%$ perjalanan penumpang dan barang menggunakan moda transportasi darat. Besarnya persentase tersebut merefleksikan tingginya ketergantungan penduduk Indonesia terhadap moda transportasi ini. Oleh sebab itu, perencanaan pengembangan transportasi darat menjadi prioritas utama dalam rangka pembangunan Indonesia secara keseluruhan. Salah satu mode transportasi darat yang sering digunakan adalah sepeda motor. Sepeda motor dipilih karena biayanya lebih terjangkau, hemat, dan mudah untuk digunakan untuk kegiatan sehari-hari(dishub, 2018).

Sepeda motor adalah kendaraan atau alat transportasi yang menggunakan roda dua sampai roda tiga. Sepeda motor sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat populer karena harganya yang relatif murah, terjangkau untuk sebagian besar kalangan dan penggunaan bahan bakarnya, serta biaya operasionalnya cukup hemat. Sepeda motor dipilih karena praktis, efisien, dan dapat melewati jalur yang sempit. Sepeda motor menggunakan sumber tenaga bahan bakar gasoline, tenaga listrik, atau gabungan tenaga bahan bakar dan listrik (*hybrid*) (kompas.com, 2023).

Penelitian kali ini peneliti membahas mengenai sepeda motor listrik. Sepeda motor listrik adalah kendaraan sepeda motor tanpa bahan bakar minyak yang digerakkan oleh dinamo dan akumulator.



Gambar 4.1 Sepeda Motor Listrik

(Sumber: autofun, 2021)

Ada banyak kelebihan yang dimiliki sepeda motor listrik. Sepeda motor listrik memiliki suara yang halus. Anda tidak perlu mematikan mesin saat sedang berkendara di gang atau di jalan yang sempit karena takut mengganggu kenyamanan dan ketenangan orang lain. Selain bebas dari polusi udara, sepeda motor listrik juga bebas dari polusi suara. Suara motor yang halus juga akan membuat Anda percaya diri saat berkendara. Salah satu keunggulan atau kelebihan dari motor listrik adalah memiliki efisiensi yang cukup tinggi jika dibandingkan sepeda motor yang menggunakan bahan bakar minyak. Motor listrik memiliki efisiensi hingga 3 kali lipat jika dibandingkan dengan motor biasa, yaitu mencapai angka 90%. Sedangkan motor biasa tingkat efisiensi mesinnya hanya sebesar 30%. Tidak heran jika motor listrik jauh lebih hemat dibandingkan dengan motor biasa. Selain itu sepeda motor listrik juga ramah lingkungan, karena menggunakan teknologi listrik dan tidak mengeluarkan emisi gas yang menyebabkan pencemaran udara di jalanan. Sepeda motor listrik tidak akan mengeluarkan asap dari knalpot, hasilnya tidak akan ada karbondioksida tambahan (zurich, 2019).

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah kesadaran lingkungan dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat beli sepeda motor listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya.

1. Karakteristik Responden

Subjek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pengendara ojek *online* di Surabaya. Responden yang memenuhi kriteria sampel sebanyak 100 orang. Kuesioner berisi 13 butir pertanyaan yang terdiri dari 3 butir pertanyaan untuk variabel kesadaran lingkungan (X1), 6 butir pertanyaan untuk variabel kualitas produk (X2), 4 butir pertanyaan untuk variabel minat beli (Y). Gambaran umum subjek penelitian dengan menguraikan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan dan masa kerja.

a. Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin

Dari data yang telah dikumpulkan, diperoleh karakteristik responden

berdasarkan jenis kelamin yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI - LAKI	92	92.0	92.0	92.0
	PEREMPUAN	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa jenis kelamin responden laki – laki 92% sebanyak 92 responden dan jenis kelamin perempuan 8% sebanyak 8 responden dari total 100 responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah laki - laki.

b. Distribusi frekuensi responden berdasarkan usia

Dari data yang telah dikumpulkan, diperoleh karakteristik responden

berdasarkan usia yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 TAHUN	4	4.0	4.0	4.0
	20-30 TAHUN	23	23.0	23.0	27.0
	31-40 TAHUN	33	33.0	33.0	60.0
	>40 TAHUN	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia responden <20 tahun 4% sebanyak 4 responden, usia 20 –30 tahun 23% sebanyak 23 responden, usia 31 – 40 tahun 33% sebanyak 33 responden dan usia >40 tahun 40% sebanyak 40 responden dari total 100responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia responden adalah berusia>40 tahun.

c. Distribusi frekuensi responden berdasarkan tingkat Pendidikan

Dari data yang telah dikumpulkan, diperoleh karakteristik responden

berdasarkan jenis kelamin yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

PENDIDIKAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	22	22.0	22.0	22.0
	SMP	11	11.0	11.0	33.0
	SMA	53	53.0	53.0	86.0
	DIPLOMA/S1/S2/S3	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden SD 22% sebanyak 22 responden, tingkat pendidikan SMP 11% sebanyak 11 responden, tingkat pendidikan SMA 53% sebanyak 53 responden dan Diploma/S1/s2 dari total 100 responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden adalah SMA dan S1/S2/S3.

d. Distribusi frekuensi responden berdasarkan masa kerja

Dari data yang telah dikumpulkan, diperoleh karakteristik responden

berdasarkan masa kerja yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Masa Kerja

MASA KERJA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 TAHUN	7	7.0	7.0	7.0
	1 TAHUN	13	13.0	13.0	20.0
	2 TAHUN	13	13.0	13.0	33.0
	3 TAHUN	16	16.0	16.0	49.0
	4 TAHUN	17	17.0	17.0	66.0
	5 TAHUN KE ATAS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data yang diolah SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa masa kerja responden <1 tahun 7% sebanyak 7 responden, masa kerja 1 tahun 13% sebanyak 13 responden, masa kerja 2 tahun 13% sebanyak 13 responden, masa kerja 3 tahun 16% sebanyak 16 responden, masa kerja 4 tahun 17% sebanyak 17 responden dan masa kerja 5 tahun ke atas 34% sebanyak 34 responden dari total 100 responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas masa kerja responden adalah 5 tahun ke atas.

C. Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk melihat apakah angket atau kuesioner tersebut layak atau tidak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Dalam uji instrumen ini peneliti menggunakan sampel 30 responden yang diambil dari populasi dimana sampel tidak digunakan lagi untuk uji yang lain seperti uji asumsi klasik, uji analisis data dan uji hipotesis. Adapun uji instrumen dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Uji Validitas

VARIABEL	INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
KESADARAN LINGKUNGAN	X1.1	0,795	0,361	VALID
	X1.2	0,889		VALID

(X1)	X1.3	0,750	VALID
PERSEPSIKUALITAS PRODUK (X2)	X2.1	0,858	VALID
	X2.2	0,655	VALID
	X2.3	0,820	VALID
	X2.4	0,805	VALID
	X2.5	0,402	VALID
	X2.6	0,489	VALID
MINAT BELI (Y)	Y.1	0,791	VALID
	Y.2	0,730	VALID
	Y.3	0,790	VALID
	Y.4	0,807	VALID

Sumber: Output SPSS (2023)

Uji validitas ini menggunakan 30 responden yang diambil dari populasi dan tidak digunakan lagi untuk uji yang lain seperti uji asumsi klasik, uji analisis data dan uji hipotesis. Adapun r tabel pada penelitian didapatkan dari $N = 30$ dengan sig. $\alpha = 0,05$ untuk uji dua arah sehingga didapat r tabel sebesar 0,361. Pada kolom r hitung nilainya lebih besar dari kolom r tabel. Maka semua instrument atau item pernyataan dinyatakan valid sehingga layak untuk digunakan dalam mencari data dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kehandalan antar variabel agar mendapatkan pengukuran yang konsisten. Uji Reliabilitas ini menggunakan 30 responden yang diambil dari populasi dan tidak digunakan lagi untuk uji yang lain seperti uji asumsi klasik, uji analisis data dan uji hipotesis. Uji reliabilitas pada tabel di bawah ini dinyatakan reliabel jika Cronbach's Alpha yang didapatkan lebih besar dari

minimal Cronbach's Alpha yang disyaratkan yaitu 0,6. Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	STANDART RELIABILITAS	KETERANGAN
KESADARAN LINGKUNGAN (X1)	0,740	0,6	RELIABEL
PERSEPSI KUALITAS PRODUK (X2)	0,759	0,6	RELIABEL
MINAT BELI (Y)	0,784	0,6	RELIABEL

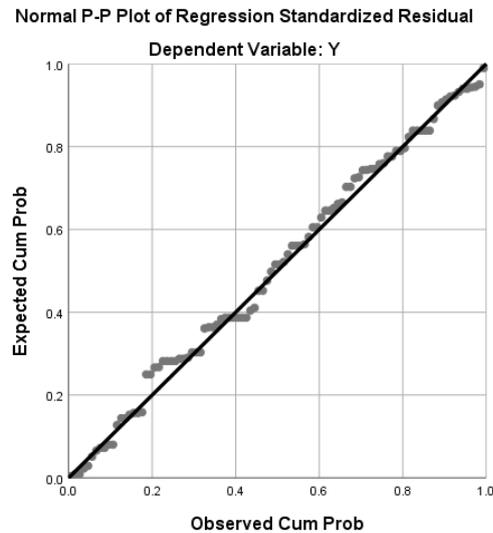
Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas nilai cronbach's alpha (α) pada semua variabel lebih besar dari standar reliabilitas (0,6) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan pada variabel kesadaran lingkungan (X1), persepsi kualitas produk (X2) dan minat beli (Y) dinyatakan dapat dipercaya (reliabel) sebagai alat ukur variabel penelitian dan dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji distribusi sampel penelitian apakah normal atau tidak. Data dinyatakan memiliki distribusi normal jika nilai Asymptotic Significance $> 0,05$, sedangkan pada uji PP plot standar mendekati garis diagonal. Uji normalitas yang digunakan yaitu uji normalitas menggunakan normal probability plot adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2 Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka kesimpulannya model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat normal probability plot sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas dan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan korelasi antar variabel bebas. Salah satu cara untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka hasilnya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.825	1.844		5.329	.000		
	X1	.085	.115	.071	.740	.461	.964	1.038
	X2	.231	.060	.366	3.834	.000	.964	1.038

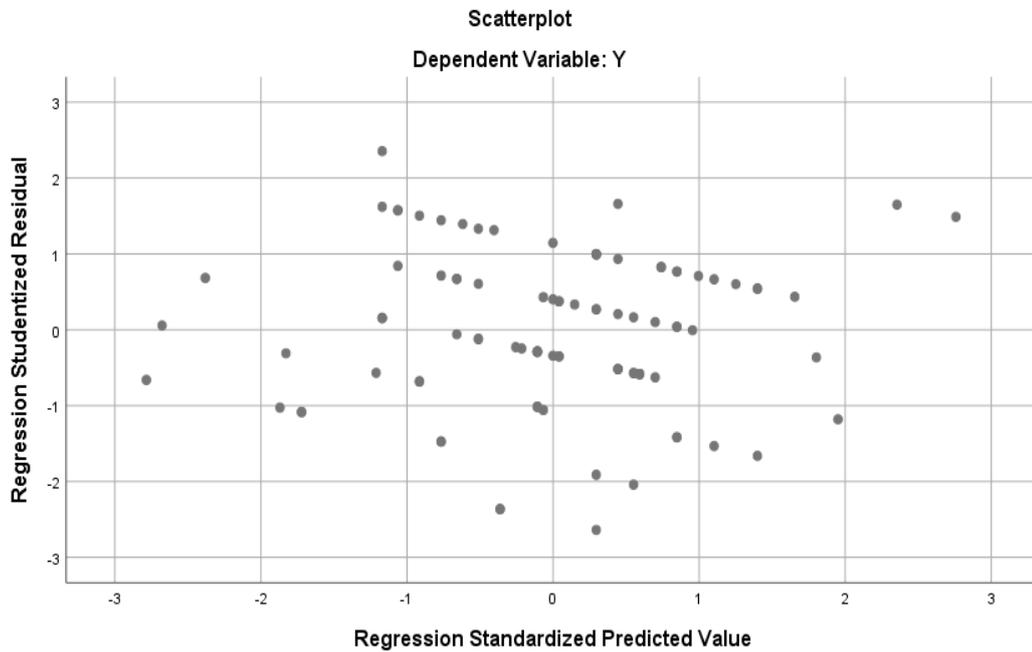
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya nilai tolerance untuk masing-masing variabel $> 0,1$ dan nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas mempunyai nilai < 10 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi atau tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel independen dalam regresi tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya dalam sebuah model regresi. Untuk dapat mendeteksi terjadinya masalah heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat dengan residual error. Jika titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan bawah angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar keatas dan kebawah angka 0 dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

E. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda ini digunakan untuk mengetahui nilai variabel Kesadaran Lingkungan (X1) dan Persepsi Kualitas Produk (X2) sebagai variabel independen terhadap Minat Beli (Y). Besarnya nilai dapat dihitung melalui persamaan regresi dengan SPSS v.25 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.825	1.844		5.329	.000
	X1	.085	.115	.071	.740	.461
	X2	.231	.060	.366	3.834	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Sehingga didapat persamaan regresi linier sederhananya sebagai berikut:

$$Y = 9,825 + 0,085 X1 + 0,231 X2 + e$$

Interpretasi dari model diatas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 9,825. Hal tersebut berarti apabila variabel bebas kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk adalah bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat yaitu minat beli adalah sebesar 9,825 satuan. Nilai konstanta (a) bernilai positif, yaitu 9,825 artinya apabila kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk sama dengan nol (0) maka minat beli mengalami kenaikan.
Dalam penelitian ini, dikarenakan variabel kesadaran lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat beli, maka variabel kesadaran lingkungan tersebut harus dikeluarkan dari persamaan regresi.
2. Kesadaran lingkungan (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,085. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien kesadaran lingkungan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Apabila kesadaran lingkungan bertambah satu satuan, maka minat beli akan bertambah sebesar 0,085 satuan. Artinya semakin tinggi kesadaran lingkungan maka akan semakin tinggi minat beli.

3. Persepsi kualitas produk (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,231. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien persepsi kualitas produk (X2) memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Apabila persepsi kualitas produk bertambah satu satuan, maka minat beli akan bertambah sebesar 0,231 satuan. Artinya semakin tinggi persepsi kualitas produk maka akan semakin tinggi minat beli.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dengan kriteria:

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya < 0.05 maka pengaruh kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya > 0.05 maka pengaruh kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)

Uji t (uji parsial) yang menggunakan t hitung, maka harus diketahui t tabelnya, untuk mencari t tabel dalam penelitian ini yaitu:

Diketahui nilai signifikansi 0,05

$$df = n - k = 100 - 3 = 97$$

df : *degree of freedom* atau derajat bebas

n : jumlah responden

k : jumlah variabel yang diteliti

jika dilihat pada t tabel yang ada di lampiran, dengan nilai signifikansi 0,05 dan nilai $df = 97$ maka didapatkan t tabel sebesar 1,984.

Hasil Uji t dalam penelitian ini diolah dengan SPSS v.25 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	t tabel	Sig.	Kesimpulan
Kesadaran Lingkungan terhadap Minat Beli	0,085	0,740	1,984	0,461	Hipotesis H1 ditolak
Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Beli	0,231	3,834	1,984	0,000	Hipotesis H2 diterima
Konstanta Regresi = 9,825					

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Interpretasi dari hasil uji t adalah sebagai berikut:

- a. Uji Parsial antara Variabel Bebas kesadaran lingkungan (X_1) terhadap minat beli (Y), didapatkan nilai $t_{hitung} 0,740 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,461 > 0,05$, hal ini menunjukkan variabel kesadaran lingkungan (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y). Dengan demikian H1 ditolak.
- b. Uji Parsial antara Variabel Bebas persepsi kualitas produk (X_2), terhadap minat beli (Y), didapatkan nilai $t_{hitung} 3,834 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan variabel persepsi kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Dengan demikian H2 diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis silmultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap varibel terikat yaitu minat beli (Y). Kriteria dalam pengujian dengan Uji F adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} serta nilai signifikansi dari nilai F ($\alpha = 0.05$) dengan ketentuan:

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi Uji F < 0.05 maka pengaruh kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y).
- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi Uji F > 0.05 maka kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y).

Uji F (uji simultan) yang menggunakan F hitung, maka harus diketahui F tabelnya, untuk mencari F tabel dalam penelitian ini yaitu:

Diketahui nilai signifikansi atau nilai probabilita 0,05

$$df1 (N1) = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df2 (N2) = n - k = 100 - 3 = 97$$

jika dilihat pada F tabel yang ada di lampiran, dengan nilai probabilita 0,05, nilai $df1 (N1) = 2$ dan nilai $df2 (N2) = 97$ maka didapatkan F tabel sebesar 3,090.

Tabel 4.10 Hasil Uji F

Variabel	F hitung	F tabel	Sig.	Kesimpulan
Kesadaran Lingkungan dan Persepsi Kualitas Produk secara simultan terhadap Minat Beli	8,476	3,090	0,000	Hipotesis H3 diterima

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan Uji F diatas maka diketahui bahwa nilai $F_{hitung} 8,476 > F_{tabel} 3,09$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Dengan demikian H3 diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya, digunakan koefisien korelasi (R) dan untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk terhadap naik turunnya minat beli, yang digunakan nilai koefisien determinasi R^2 .

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS v.25 makahasilnya sebagai berikut:

Model	Koefisien Korelasi (R)	Koefisien determinasi berganda (Adjusted R^2)	Persentase Pengaruh
1	0,386	0,131	14,90%

Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Tabe

1

4.11

Sumber: Output SPSS v.25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,386, hal ini menunjukkan menunjukkan bahwa antara variabel bebas dan terikat memiliki tingkat hubungan dalam kategori rendah jika dilihat dari tabel interval koefisien relasi seperti yang ada pada lampiran.

Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar 0,131, artinya variabel bebas kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk mempengaruhi variabel Minat Beli sebesar 13,1% yang artinya variabel kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk mempengaruhi variabel minat beli sebesar 13,1% dan sisanya 86,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, misalnya seperti variabel harga, *electronic word of mouth*, citra *merk* dan yang lainnya.

G. Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan data hasil penelitian maka pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Kesadaran Lingkungan terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil uji t dari variabel kesadaran lingkungan (X1) terhadap minat beli (Y) diperoleh nilai t_{hitung} 0,740 < t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikansi 0,461 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan H1: Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Kendaraan Listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator variabel kesadaran

lingkungan yang terdiri dari pengetahuan, sikap dan perilaku atau tindakan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepeda motor listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Junaedi (2005) yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau: Studi Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan” yang membuktikan bahwa kesadaran lingkungan tidak berpengaruh terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian kesadaran lingkungan diperoleh indikator yang memiliki mean paling kecil yaitu pada pernyataan “Saya sadar bahwa polusi udara di Surabaya diakibatkan oleh kendaraan bermotor” yang artinya terdapat kurangnya kesadaran lingkungan bagi para pengendara ojek *online* di Surabaya mengenai tingginya polusi udara di Surabaya yang diakibatkan oleh kendaraan bermotor, sehingga inilah yang membuktikan bahwa kesadaran lingkungan dalam penelitian ini tidak mempengaruhi minat para pengendara ojek *online* untuk membeli sepeda motor listrik. Perlu dilakukan sosialisasi kepada seluruh pengendara kendaraan bermotor khususnya para pengendara ojek *online* agar memiliki pandangan bahwa semakin banyaknya pengendara sepeda motor konvensional yang beralih ke sepeda motor listrik maka polusi udara akan semakin berkurang. Kurangnya sosialisasi oleh pemerintah maupun produsen sepeda motor listrik menyebabkan kurangnya pemahaman akan penyebab tingginya polusi udara yang mencemari lingkungan, selain itu diduga pertimbangan

pengendara ojek *online* untuk membeli sepeda motor listrik adalah lebih kepada pertimbangan efisiensi biaya operasional karena lebih hemat dari BBM (Bahan Bakar Minyak) daripada pertimbangan tentang dampak lingkungan / ekologis yang dalam hal ini butuh dilakukan penelitian lebih lanjut untuk kebenarannya. Alasan dugaan pertimbangan efisiensi biaya operasional yaitu seperti yang dikatakan dalam penelitian (Agustian et al., 2022) bahwa kendaraan listrik dengan penggunaan baterai bisa menghemat biaya. Dengan mengubah bahan bakar minyak menjadi tenaga listrik menjadi kelebihan pada teknologi tersebut dengan memiliki daya tahan yang lebih lama dan hemat dalam pemakaian.

2. Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil uji t dari variabel persepsi kualitas produk (X₂) terhadap minat beli (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} 3,834 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan H₂: Persepsi Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Kendaraan Listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator variabel persepsi kualitas produk yang terdiri dari mutu kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), keistimewaan (*feature*), daya tahan (*durability*), mutu kesesuaian (*conformance quality*) dan gaya (*style*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk sepeda motor listrik bagus sehingga menimbulkan minat beli pada

pengendara ojek *online* di Surabaya. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) dengan judul “Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Inovasi Produk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Mobil Suzuki Karimun Wagon R Ags (Studi Pada Pengunjung Pameran Mobil Suzuki Karimun Wagon R Ags di Royal Plaza dan Giant Margorejo Surabaya)” yang menyatakan bahwa persepsi kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli mobil Suzuki Karimun Wagon R Ags.

3. Pengaruh Variabel Kesadaran Lingkungan dan Persepsi Kualitas Produk secara simultan terhadap Minat Beli

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y). Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} 8,476 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan demikian pernyataan H3: Kesadaran Lingkungan dan Persepsi Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Kendaraan Listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya diterima. Hal ini berarti apabila kesadaran lingkungan semakin tinggi dan persepsi kualitas produk semakin baik maka minat beli sepeda motor listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya akan meningkat.

Nilai koefisien determinasi berganda yang telah disesuaikan (Adjusted R^2) diperoleh sebesar 0,131 yang menunjukkan bahwa minat beli sepeda motor listrik pada pengendara ojek *online* di Surabaya dipengaruhi variabel

kesadaran lingkungan dan persepsi kualitas produk secara simultan sebesar 13,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini misalnya seperti variabel harga, *electronic word ofmouth*, citra merk dan yang lainnya.

