

**PENGARUH PERSEPSI NILAI HIJAU TERHADAP NIAT
PEMBELIAN HIJAU DIMEDIASI PERSEPSI TANGGUNG
JAWAB LINGKUNGAN DAN EFIKASI DIRI
(STUDI MOBIL LISTRIK BYD)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dosen Pembimbing: Nadia Nila Sari, SE., MBA.



Disusun oleh :

Bertrandus Farrel Pratama

NPM : 220326809

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPI NILAI HIJAU TERHADAP NIAT PEMBELIAN
HIJAU DIMEDIASI PERSEPSI TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN DAN
EFIKASI DIRI (STUDI MOBIL LISTRIK BYD)**

Disusun oleh:

Bertrandus Farrel Pratama

NPM: 220326809



Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 15 Juli 2026

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPI NILAI HIJAU TERHADAP NIAT PEMBELIAN HIJAU DIMEDIASI PERSEPSI TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN DAN EFIKASI DIRI (STUDI MOBIL LISTRIK BYD)

Dipersiapkan dan disusun oleh

Nama: Bertrandus Farrel Pratama

NPM: 220326809

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 6 Juli
2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Wenefrida Mahestu
Noviandra Krisjanti, S.E.,
M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

Raden Agoeng Bhimasta,
S.Kom., M.M.

Nadia Nila Sari, SE.,
MBA.

Yogyakarta, 15 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D

PERSYARATAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

”PENGARUH PERSEPSI NILAI HIJAU TERHADAP NIAT PEMBELIAN HIJAU DIMEDIASI PERSEPSI TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN DAN EFIKASI DIRI (STUDI MOBIL LISTRIK BYD)”

Benar benar hasil karya asli saya sendiri, pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Juni 2026

Yang Menyatakan



Bertrandus Farrel Pratama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PENGARUH PERSEPSI NILAI HIJAU TERHADAP NIAT PEMBELIAN HIJAU DIMEDIASI PERSEPSI TANGGUNG JAWAB LINGKUNGAN DAN EFIKASI DIRI (STUDI MOBIL LISTRIK BYD)"** sebagai salah satu syarat untuk bisa memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria, atas segala berkat rahmat dan kekuatan yang telah diberikan kepada penulis dalam setiap proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., M.B.A., selaku dosen pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan arahan, membimbing, dan memberikan motivasi yang sangat berarti bagi penulis selama penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang diberikan, serta atas perhatian dan dukungan Ibu Nadia, termasuk pada masa masa sulit dalam menyusun skripsi ini.
3. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya Fakultas Bisnis dan Ekonomi, yang merupakan tempat penulis menimba ilmu, berproses, serta mengembangkan diri, baik dari segi akademik maupun pembentukan karakter dan kepribadian penulis.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, atas ilmu, pengalaman, serta pembelajaran yang telah diberikan selama masa studi penulis.

5. Seluruh responden, khususnya calon ataupun pengguna kendaraan listrik BYD di Indonesia yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
6. Teristimewa kepada keluarga tercinta, kepada Mama, Papa, dan Adik yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan semangat serta dukungan moral dan juga material tanpa henti, sehingga penulis bisa mencapai studi di tahap akhir ini dengan baik.
7. Kepada pasangan penulis, Chintya terima kasih sudah menjadi sumber semangat dan juga pemberi motivasi, serta menjadi pasangan yang selalu mendampingi penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
8. Dan yang terakhir, kepada diri penulis sendiri, terima kasih karena telah bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih selalu memilih untuk fokus dan melangkah maju meskipun dalam keraguan, serta telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dikerjakan sedari awal.

Yogyakarta, 10 Juni 2026



Bertrandus Farrel Pratama

DAFTAR ISI

PERSYARATAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	26
1.3 Tujuan Penelitian	27
1.4 Manfaat Penelitian	28
1.5 Sistematika Penulisan	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Landasan Teori.....	32
2.1.1 Social Information Processing Theory.....	32
2.1.2 Purchase Intention.....	33
2.1.3 Niat Pembelian Hijau	34
2.1.4 Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan.....	35
2.1.5 Persepsi Efikasi Diri.....	36
2.1.6 Persepsi Nilai Hijau.....	38
2.1.7 Kendaraan Listrik (Electric Vehicle)	39
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Pengembangan Hipotesis	44
2.3.1 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau terhadap Niat Pembelian Hijau ..	44
2.3.2 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau terhadap Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	45
2.3.3 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau terhadap Persepsi Efikasi Diri....	46
2.3.4 Pengaruh Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan terhadap Niat Pembelian Hijau	47
2.3.5 Pengaruh Persepsi Efikasi Diri terhadap Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	48
2.3.6 Pengaruh Persepsi Efikasi Diri terhadap Niat Pembelian Hijau .	49
2.4 Kerangka Penelitian	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	54
3.1 Jenis Penelitian.....	54

3.2 Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian	54
3.3 Populasi dan Sample	56
3.3.1 Metode Sampling	56
3.4 Defenisi Operasional	57
3.5 Skala Pengukuran	62
3.6 Pengumpulan Data	63
3.7 <i>Face Validity</i>	63
3.8 Metode Analisis Data	64
3.8.1 Statistik Deskriptif	64
3.8.2 Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM – PLS)	65
3.8.2.1 <i>Outer Model</i>	66
3.8.2.2 <i>Inner Model</i>	70
3.8.3 <i>Mediasi</i>	72
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	74
4.1. Filter Responden	74
4.2 Demografi Responden	75
4.3 Statistik Deskriptif	80
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	80
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Nilai Hijau	82
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembelian Hijau	83
4.3.4. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Efikasi Diri	85
4.4 Analisis Data	86
4.4.1. <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i>	86
4.4.1.1 Outer Model	87
4.4.1.2. <i>Inner Model</i>	95
A. <i>Adjusted R Square</i>	95
B. F Square	96
C. Q Square	98
D. <i>Path Coefficient</i>	99
4.4.3 Mediasi	103
4.4.3.1 Hasil Indirect Effect	103
4.5 Pembahasan	111
4.5.1 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau terhadap Niat Pembelian Hijau	111
4.5.2 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau Terhadap Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	112

4.5.3 Pengaruh Persepsi Nilai Hijau terhadap Persepsi Efikasi Diri.....	114
4.5.4 Pengaruh Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan terhadap Niat Pembelian Hijau	115
4.5.5 Pengaruh Persepsi Efikasi Diri terhadap Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	116
4.5.6 Pengaruh Persepsi Efikasi Diri berpengaruh terhadap Niat Pembelian Hijau	117
4.5.7 Peran Mediasi Persepsi Nilai Hijau terhadap Niat Pembelian Hijau melalui Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	119
4.5.8 Peran Mediasi Persepsi Nilai Hijau terhadap Niat Pembelian Hijau melalui Persepsi Efikasi Diri.....	120
BAB V PENUTUP.....	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Implikasi Manajerial	125
5.3 Keterbatasan Penelitian	128
5.4 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Mobil Listrik di Indonesia 2025.....	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Defenisi Operasional.....	57
Tabel 3.2 Skala Likert 5	62
Tabel 3.3 Interval Kelas Skala Likert 5	65
Tabel 4.1 Responden yang mengetahui kendaraan listrik merk BYD	75
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Usia	76
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	77
Tabel 4.5 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel 4.6 Responden berdasarkan Penghasilan	79
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan	80
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Nilai Hijau	82
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian Hijau	84
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Efikasi Diri	85
Table 4.11 Nilai <i>Outer Loadings (Loading Factors)</i>	88
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	89
Tabel 4.13 Nilai Cross Loading	90
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	92
Tabel 4.15 Nilai <i>Fornell Larcker Criterion</i>	94
Tabel 4.16 Nilai <i>Adjusted R Square</i>	95
Tabel 4.17 Nilai F Square	96
Tabel 4.18 Nilai Q Square.....	98
Tabel 4.19 Nilai <i>Path Coefficient</i>	99
Tabel 4.20 Hasil Indirect Effect	103
Tabel 4.21 Tabel Mediasi H7.....	106
Tabel 4.22 Tabel Mediasi H8.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Unit Kendaraan Listrik Di Indonesia Dari Tahun 2023 Hingga 2026.....	15
Gambar 1.2 Ekspansi Produksi Massal BYD Di Pasar Global.....	19
Gambar 1.3 Jenis Produk Lini Populer BYD Yang Sering Diminati	20
Gambar 1.4 Ketertarikan Dengan Kendaraan Listrik Oleh 10 Responden Terdekat.....	24
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	53
Gambar 3.1 Pohon Keputusan Untuk Menetapkan dan Memahami Jenis Jenis Mediasi dan <i>Non Mediation</i>	73
Gambar 4.1 Model Struktural PLS Algoritma.....	87
Gambar 4.2 Kerangka Mediasi H7.....	106
Gambar 4.3 Kerangka Mediasi H8.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Asli	133
Lampiran 2 Kuesioner Google Form	136
Lampiran 3 Data dan Jawaban Responden	144
Jawaban Pertanyaan	156
Lampiran 4 Hasil Olah Data Statistik Deskriptif	162
Lampiran 5 Hasil Olah Data SEM-PLS	162
Hasil Outer Loadings	162
Hasil Construct Realibility and Validity	163
Hasil Cross Loading	163
Hasil Fornell Larcker	163
Hasil Adjusted R square dan F square	164
Tabel Path Coefficient	164
Tabel Indirect Effect	164
Kerangka Smart PLS	165
Lampiran 6 Hasil Turnitin	166
Lampiran 7 Jurnal Acuan	167

**PENGARUH PERSEPSI NILAI HIJAU TERHADAP NIAT
PEMBELIAN HIJAU DIMEDIASI PERSEPSI TANGGUNG JAWAB
LINGKUNGAN DAN EFIKASI DIRI (STUDI MOBIL LISTRIK BYD)**

Disusun Oleh:

Bertrandus Farrel Pratama

220326809

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kendaraan listrik mendorong perusahaan otomotif untuk memahami faktor yang memengaruhi niat pembelian konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Persepsi Nilai Hijau terhadap Niat Pembelian Hijau pada kendaraan listrik BYD di Indonesia, serta menguji peran Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan dan Persepsi Efikasi Diri sebagai variabel mediasi. Melalui survei konsumen Indonesia, penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, dan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) digunakan untuk menganalisis data. Temuan menunjukkan bahwa Persepsi Nilai Hijau memiliki dampak signifikan terhadap Persepsi Efikasi Diri dan Niat Pembelian Hijau. Niat Pembelian Hijau juga sangat dipengaruhi oleh persepsi efikasi diri. Di sisi lain, baik Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap Niat Pembelian Hijau maupun hubungan antara Persepsi Nilai Hijau dan Niat Pembelian Hijau tidak dimediasi oleh Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat lingkungan yang dirasakan dari kendaraan listrik BYD dapat meningkatkan keyakinan konsumen untuk berkontribusi pada pelestarian lingkungan, sehingga mendorong niat pembelian. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur pemasaran hijau dan perilaku konsumen, serta menjadi masukan bagi BYD dalam merancang strategi pemasaran yang menekankan nilai lingkungan dan peningkatan efikasi diri konsumen.

Kata kunci: Persepsi Nilai Hijau, Persepsi Tanggung Jawab Lingkungan, Persepsi Efikasi Diri, Niat Pembelian Hijau, Kendaraan Listrik BYD, SEM-PLS.