

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
CAR AUTHORITY IDENTITY, DAN *DRIVING BARRIERS* TERHADAP
ADOPTION INTENTION MOBIL LISTRIK DI WILAYAH**

JABODETABEK

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu



GINA CHAIRUNISA

1221001018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Gina Chairunisa

NIM : 1221001018

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, consisting of a large capital 'G' followed by a stylized, cursive 'C' and a horizontal line extending to the right.

Tanggal : 1 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Gina Chairunisa

NIM : 1221001018

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Car Authority Identity, dan Driving Barriers terhadap Adoption Intention Mobil Listrik di Wilayah Jabodetabek

Telah berhasil menyelesaikan tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie pada tanggal 14 Agustus 2026.

DEWAN PEMBAHAS/PEMBIMBING

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Ananda Fortunisa, S.E., M.Si ()

Dosen Penguji 1 : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M ()

Dosen Penguji 2 : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ananda Fortunisa, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, yang telah memberikan dukungan akademik, arahan, serta kebijakan yang memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.
3. orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
4. sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Agustus 2026



Gina Chairunisa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gina Chairunisa
NIM : 1221001018
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada **Universitas Bakrie Hak Bebas Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Car Authority Identity, dan Driving Barriers Terhadap Adoption Intention Mobil Listrik di Wilayah Jabodetabek.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 1 September 2026

Yang Menyatakan



Gina Chairunisa

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
CAR AUTHORITY IDENTITY, DAN *DRIVING BARRIERS* TERHADAP
ADOPTION INTENTION MOBIL LISTRIK DI WILAYAH
JABODETABEK**

Gina Chairunisa

ABSTRAK

Perkembangan mobil listrik di Indonesia terus meningkat sebagai upaya mendukung transportasi ramah lingkungan. Namun, tingkat adopsi mobil listrik masih relatif rendah sehingga diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat masyarakat untuk mengadopsinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Car Authority Identity*, dan *Driving Barriers Terhadap Adoption Intention* Mobil Listrik di Wilayah Jabodetabek. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 208 responden yang merupakan pengguna mobil konvensional di wilayah Jabodetabek yang belum menggunakan mobil listrik namun memiliki minat untuk menggunakannya di masa mendatang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sedangkan data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Car Authority Identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Adoption Intention* mobil listrik. Sementara itu *Perceived Ease of Use* dan *Driving Barriers* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Adoption Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan serta identitas yang ingin dibangun melalui penggunaan mobil listrik lebih berperan dalam meningkatkan niat adopsi dibandingkan persepsi kemudahan penggunaan maupun hambatan teknis yang dirasakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks adopsi mobil listrik serta menjadi masukan bagi produsen kendaraan listrik dan pemerintah dalam menyusun strategi untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap penggunaan mobil listrik.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Car Authority Identity*, *Driving Barriers*, *Adoption Intention*, *Mobil Listrik*

THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, CAR AUTHORITY IDENTITY, AND DRIVING BARRIERS ON ELECTRIC CAR ADOPTION INTENTION IN THE GREATER JAKARTA AREA

Gina Chairunisa

ABSTRACT

The development of electric cars in Indonesia continues to increase as an effort to support environmentally friendly transportation. However, the adoption rate of electric cars remains relatively low, requiring an understanding of the factors influencing public adoption intentions. This assessment aims to analyze the influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Car Authority Identity, and Driving Barriers on Electric Car Adoption Intention in the Jabodetabek area. The study used a quantitative approach with a survey method involving 208 respondents who were conventional car users in the Jabodetabek area who had not yet used an electric car but were interested in using one in the future. The sampling technique used purposive sampling, while the data were analyzed using multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics. The results of the study indicate that Perceived Usefulness and Car Authority Identity have a positive and significant effect on the adoption intention of electric cars. Meanwhile, Perceived Ease of Use and Driving Barriers do not significantly influence adoption intention. These findings suggest that perceived benefits and the identity desired through electric car use play a greater role in increasing adoption intention than perceived ease of use or perceived technical barriers. This research is expected to contribute to the development of the Technology Acceptance Model (TAM) theory in the context of electric car adoption and provide input for electric vehicle manufacturers and the government in developing strategies to increase public interest in electric car use.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Car Authority Identity, Driving Barriers, Adoption Intention, Electric Cars*

Daftar Isi

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.1. Pemahaman Perilaku Konsumen dalam Pemasaran.....	12
2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3. Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kendaraan	15
2.1.4. Perilaku Konsumen dalam Adopsi Mobil Listrik.....	16
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	17
2.2.1. Perkembangan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	19
2.2.2. Konsep Utama TAM.....	21
2.2.3. Dimensi TAM.....	22
2.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	23
2.3.1 PEOU dalam Perilaku Konsumen	24
2.3.2 Hubungan PEOU dengan PU	26
2.3.3 PEOU dalam Mobil Listrik	27

2.3.4	Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	28
2.4	<i>Perceived Usefulness</i>	29
2.4.1	PU Sebagai Persepsi Manfaat konsumen	31
2.4.2	Peran PU dalam Keputusan Pembelian	32
2.4.3	PU dalam Konteks Mobil Listrik	33
2.4.4	Dimensi <i>Perceived Usefulness</i>	34
2.5	<i>Car Authority Identity</i>	35
2.5.1	Dimensi <i>Car Authority Identity</i>	36
2.5.2	Peran Identitas Diri dalam Keputusan Pembelian	36
2.5.3	Relavansi dalam Konteks Otomotif	37
2.6	<i>Driving Barriers</i>	39
2.6.1	Hambatan dalam Penggunaan Kendaraan	40
2.6.2	Jenis-jenis Hambatan.....	41
2.6.3	<i>Driving Barriers</i> sebagai Pendorong Perubahan Perilaku	42
2.6.4	Dimensi <i>Driving Barriers</i>	42
2.7	<i>Adoption Intention</i>	43
2.7.1	Faktor yang Mempengaruhi <i>Adoption Intention</i>	45
2.7.2	Dimensi <i>Adoption Intention</i>	46
2.8	Penelitian Terdahulu	47
2.9	Hubungan Variabel	51
2.9.1	Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Adoption Intention</i>	51
2.9.2	Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Adoption Intention</i>	52
2.9.3	Hubungan <i>Car Authority Identity</i> terhadap <i>Adoption Intention</i>	53
2.9.4	Hubungan <i>Driving Barriers</i> terhadap <i>Adoption Intention</i>	54
2.10	Hubungan Variabel dalam TAM.....	56
2.11	Kerangka Pemikiran	58
2.12	Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III	METODE PENELITIAN	60
3.1	Pendekatan dan Desain Penelitian.....	60
3.2	Populasi dan Sampel	61
3.2.1	Populasi	61
3.2.2	Sampel	62
3.2.3	Teknik Sampling.....	63

3.3	Teknik Pengumpulan Data	65
3.3.1	Data Primer.....	65
3.3.2	Data Sekunder	67
3.4	Teknik Pengukuran Data	67
3.5	Teknik Analisis Data.....	68
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	68
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	69
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda	71
3.5.4	Uji Hipotesis.....	72
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	75
3.6.1	Uji Validitas	75
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	76
3.7	Operasionalisasi Variabel	77
3.7.1	Operasionalisasi Variabel X1 <i>Perceived Ease of Use</i>	77
3.7.2	Operasionalisasi Variabel X2 <i>Perceived Usefulness</i>	78
3.7.3	Operasionalisasi Variabel X3 <i>Car Authority Identity</i>	78
3.7.4	Operasionalisasi Variabel X4 <i>Driving Barriers</i>	80
3.7.5	Operasionalisasi Variabel Y <i>Adoption Intention</i>	81
3.8	Hasil Uji Coba Keabsahan Data	83
3.8.1	Uji Coba Validitas.....	83
3.8.2	Uji Coba Reliabilitas	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		87
4.1.	Hasil Penelitian.....	87
4.1.1	Hasil Pengujian Keabsahan data	87
4.1.2	Karakteristik Responden	90
4.2.	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	93
4.2.1	Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	93
4.2.2	Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	95
4.2.3	Variabel <i>Car Authority Identity</i>	96
4.2.4	Variabel <i>Driving Barriers</i>	97
4.2.5	Variabel <i>Adoption Intention</i>	100
4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	101
4.3.1.	Uji Normalitas	101

4.3.2.	Uji Multikolinearitas	101
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	102
4.4.	Uji Hipotesis.....	103
4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	103
4.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104
4.4.3	Uji F (Simultan).....	105
4.4.4	Uji t (Parsial)	105
4.5.	Pembahasan	106
4.5.1	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Adoption Intention	106
4.5.2	Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Adoption Intention	108
4.5.3	Pengaruh Car Authority Identity terhadap Adoption Intention	109
4.5.4	Pengaruh Driving Barriers terhadap Adoption Intention	110
4.6.	Research Gap: keterbatasan Penelitian Terdahulu dalam Menjelaskan Adoption Intention Kendaraan Listrik.....	112
4.7.	Keunikan Penelitian: Integrasi Faktor Fungsional, Psikologis, dan Hambatan Teknis dalam Menjelaskan Adoption Intention Kendaraan Listrik	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		115
5.1.	Kesimpulan.....	115
5.2.	Keterbatasan Penelitian	116
5.3.	Saran.....	117
5.3.1	Saran Praktis.....	117
5.3.2	Saran Akademik	118
Daftar Pustaka		119
Daftar Lampiran		125

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	68
Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel Perceived Ease of Use	77
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Perceived Usefulness	78
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Car Authority Identity	79
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Driving Barriers	80
Tabel 3. 6 Operasionalisasi Variabel Adoption Intention	82
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Validitas	83
Tabel 3. 8 Hasil Uji Coba Reliabilitas	86
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	87
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden.....	92
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use	93
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Usefulness.....	95
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Car Authority Identity	96
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Driving Barriers.....	97
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Adoption Intention.....	100
Tabel 4. 9 Hasil Uji Coba Normalitas.....	101
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	102
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	103
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	104
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan)	105
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kontribusi dan Tren Peningkatan Emisi CO2 Sektor Transportasi di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Tren Penjualan Mobil Penumpang dan Pangsa Pasar Kendaraan Listrik di Indonesia Tahun 2025	3
Gambar 1. 3 Tanggapan Masyarakat terkait Risiko dan Keamanan Mobil Listrik	3
Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna BYD Sealion 7 terkait Kerusakan Kendaraan dan Kekhawatiran Berkendara (Sumber: Instagram @louisedaniella, 2026)	4
Gambar 1. 5 Pemberitaan Insiden yang Melibatkan Kendaraan Listrik di Bekasi Timur.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	125
LAMPIRAN 2 JAWABAN KUESIONER.....	128