

ABSTRAK

Sepeda motor listrik adalah sebuah kendaraan inovatif yang pengisian dayanya tidak menggunakan minyak bumi sehingga ramah terhadap lingkungan, biaya pengisian daya lebih hemat, dan *maintenance* lebih murah dapat menjadi solusi dari pencemaran udara dan kelangkaan energi yang ada di dunia. Akan tetapi penjualan sepeda motor listrik masih sedikit dibandingkan motor bensin, terdapatnya Persepsi yang beresiko dari sudut pandang masyarakat terhadap motor listrik dan *lifestyle* masyarakat perlu dianalisa apakah sudah siap untuk berpindah ke era motor listrik atau belum karena terus meningkatnya pengguna sepeda motor bensin dan menyebabkan polusi udara yang terus meningkat dan cadangan energi fosil yang terus berkurang.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Promosi, Gaya Hidup dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kota Bandung pengguna sepeda motor yang merupakan angkatan kerja. Metode yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM – PLS) karena dapat memprediksi serta menjelaskan variabel laten dari pengujian pada teori, dan dapat mengetahui pengaruh dari bermacam variabel terhadap suatu objek secara bersamaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi, Gaya hidup, dan Persepsi Risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli. Nilai R-square sebesar 0,733. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko berpengaruh secara simultan terhadap Niat Beli sebesar 73,3%. Dan sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar variabel dalam penelitian ini. Semakin gencar Promosi yang dilakukan, Sosialisasi yang dilakukan dan memenuhi minat masyarakat maka akan semakin besar peluang Niat Beli terhadap Motor listrik.

Kata kunci: Promosi, Gaya Hidup, Persepsi Risiko, *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM – PLS), Motor Listrik.

ABSTRACT

The electric motorcycle is an innovative vehicle that does not use petroleum for charging so that it is friendly to the environment, more efficient charging costs, and cheaper maintenance can be a solution to air pollution and energy scarcity in the world. However, sales of electric motorcycles are still small compared to gasoline motorcycles, there is a risky perception from the community's point of view of electric motorcycles and people's lifestyles need to be analyzed whether they are ready to move to the era of electric motorcycles or not because of the increasing use of gasoline motorcycles and causing air pollution. which continues to increase and fossil energy reserves continue to decrease.

This study was conducted to analyze the effect of Promotion, Lifestyle and Risk Perception on Purchase Intention of electric motorcycles in the city of Bandung, West Java, Indonesia. Respondents in this study are the people of the city of Bandung who use motorcycles who are the workforce. The method used is Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM – PLS) because it can predict and explain latent variables from testing the theory, and can determine the effect of various variables on an object simultaneously.

The results of this study indicate that Promotion, Lifestyle, and Risk Perception have a positive and significant effect on Purchase Intention. The R-square value is 0.733. This value indicates that the variables of Promotion, Lifestyle, and Risk Perception have a simultaneous effect on Purchase Intention of 73.3%. And the rest is influenced by variables outside the variables in this study. The more intensive promotions are carried out, socialization is carried out and fulfills the interest of the community, the greater the opportunity for purchase intentions for electric motorbikes.

Keywords: Promotion, Lifestyle, Risk Perception, Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM – PLS), Electric Motor.