

THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL CONCERN, EWOM, AND PRICE ON ELECTRIC VEHICLES PURCHASE INTENTION

By Veronica Lefrisia Lumban Gaol

ABSTRACT

This study employs a quantitative approach aimed at identifying, analyzing, and validating the influence of environmental concern, electronic word of mouth (e-WOM), and price on consumers' purchase intention toward Wuling electric vehicles. The population consists of individuals who are aware of and interested in Wuling EVs. A total of 100 respondents were selected using non-probability sampling with a purposive sampling technique. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. The analysis includes both descriptive and inferential methods, processed using SmartPLS version 4.0. The findings indicate that: (1) environmental concern significantly influences purchase intention, (2) e-WOM has a positive effect on purchase intention, and (3) price perception also plays a role in shaping consumers' purchase intention. However, this study is limited to only three independent variables, whereas other factors may also significantly impact consumers' interest in purchasing electric vehicles.

Keywords: Environmental Concern, EWOM, Price, and Purchase Intention

PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONCERN*, *EWOM*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KENDARAAN LISTRIK

Oleh Veronica Lefrisia Lumban Gaol

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan membuktikan pengaruh kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*), EWOM, dan harga terhadap minat beli konsumen terhadap mobil listrik merek Wuling. Populasi dalam studi ini terdiri dari individu yang telah mengetahui dan tertarik terhadap mobil listrik Wuling. Sebanyak 100 responden dilibatkan, yang dipilih melalui metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menggunakan media Google Form sebagai alat bantu penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif dan inferensial, yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kepedulian terhadap lingkungan memiliki berpengaruh terhadap minat beli, (2) e-WOM berpengaruh terhadap minat beli, dan (3) persepsi terhadap harga juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan tiga variabel independen, sementara masih terdapat berbagai faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat beli mobil listrik.

Kata kunci : *Environmental Concern*, EWOM, harga, dan minat beli