



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
HIJAU KONSUMEN MUSLIM PADA MOBIL LISTRIK DI
PERUSAHAAN BYD INDONESIA**

SKRIPSI

MUHAMMAD HAIKAL ANDRAPUTRA 2210116065

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2025



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
HIJAU KONSUMEN MUSLIM PADA MOBIL LISTRIK DI
PERUSAHAAN BYD INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

MUHAMMAD HAIKAL ANDRAPUTRA 2210116065

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil dari karya saya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Haikal Andraputra

NIM : 2210116065

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Haikal Andraputra)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta,
saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Haikal Andraputra
NIM : 2210116065
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Hijau Konsumen Muslim Pada Mobil Listrik
Di Perusahaan BYD Indonesia**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Muhammad Haikal Andraputra)

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI
HIJAU KONSUMEN MUSLIM PADA MOBIL LISTRIK DI
PERUSAHAAN BYD INDONESIA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD HAIKAL ANDRAPUTRA 2210116065

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Prima Dwi Priyatno, B.A., M.E.
Ketua Penguji



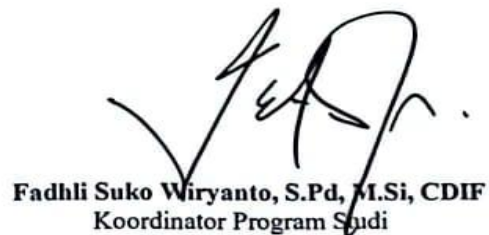
Sasmita Nurvinda Laili, S.E., M.E.
Penguji I



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Subaedah, S.E., M.M.
Dekan



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Desember 2025

Factors Influencing Muslim Consumers' Green Purchase Interest in Electric Cars at BYD Indonesia

By Muhammad Haikal Andraputra

Abstract

The Indonesian automotive industry's shift from conventional fuels to electric vehicles is indicative of growing environmental consciousness and a change in consumer preferences for eco-friendly goods. But there are still problems with the psychological and sociological elements that particularly affect Muslim consumers' intents to make green purchases, particularly when it comes to BYD electric vehicles in Indonesia. The purpose of this study is to identify the variables that affect Muslim customers' aspirations to purchase environmentally friendly electric vehicles from BYD Indonesia. 160 respondents are used to determine the number of samples in this quantitative study using a probability sampling methodology called simple random sampling. To examine the validity, reliability, and connections between variables, PLS-SEM was used in the analysis using SmartPLS 4. The results showed that all independent variables had a positive and significant effect on green purchasing intention. Subjective norms were the most influential variable, indicating that social incentives, such as family or community recommendations, significantly influence Muslim consumers' decisions to consider electric vehicles. Religiosity and green price awareness were also shown to strengthen perceptions of benefits and sustainability, while attitudes contributed positively through shaping assessments of the superiority of environmentally friendly products. These results emphasize the importance of marketing strategies that incorporate education, sustainability values, and strengthening social influence in determining electric car purchasing intention among Muslim consumers.

Keywords: Attitude, Green Awareness of Price, Green Purchase Intention, Religiusitas, Subjective Norm

Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Hijau Konsumen Muslim pada Mobil Listrik di Perusahaan BYD Indonesia

Oleh Muhammad Haikal Andraputra

Abstrak

Peralihan industri otomotif Indonesia dari bahan bakar konvensional menjadi kendaraan listrik menunjukkan meningkatnya kesadaran lingkungan dan pergeseran preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Namun, masih terdapat permasalahan mengenai faktor-faktor psikologis dan sosial yang secara spesifik mempengaruhi minat beli hijau konsumen muslim, terutama dalam konteks mobil listrik BYD di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli hijau konsumen muslim pada mobil listrik di perusahaan BYD Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling*, di mana jumlah sampel ditentukan dengan jumlah 160 responden. Analisis dilakukan menggunakan PLS-SEM melalui SmartPLS 4 untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli hijau. Norma subjektif menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat, menunjukkan bahwa dorongan sosial seperti rekomendasi keluarga atau komunitas sangat menentukan keputusan konsumen Muslim dalam mempertimbangkan kendaraan listrik. Religiusitas dan kesadaran harga hijau juga terbukti memperkuat persepsi manfaat dan keberlanjutan, sementara sikap memberikan kontribusi positif melalui pembentukan penilaian terhadap keunggulan produk ramah lingkungan. Hasil ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran dengan edukasi, nilai keberlanjutan, dan penguatan pengaruh sosial dalam mengetahui minat beli mobil listrik di kalangan konsumen Muslim.

Kata Kunci: Kesadaran Harga Hijau, Minat Beli Hijau, Norma Subjektif, Religiusitas, Sikap



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 17 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Muhammad Haikal Andraputra

NIM : 2210116065

Program Studi : Ekonomi Syariah S1

Judul Tugas Akhir :

Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Hijau Konsumen Muslim pada Mobil Listrik di Perusahaan BYD Indonesia

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata^{84,02} dan Nilai Huruf ...^{A-}

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Ketua	
2	Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.	Anggota I	
3	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF	Anggota II (**)	

Keterangan:

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si.,CDIF

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Hijau Konsumen Muslim Pada Mobil Listrik di Perusahaan BYD Indonesia”**. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF, selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah. Kepada Ibu Tati Handayani, S.E, M.M, selaku Ketua Penguji. Kepada Ibu Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E, selaku Penguji 1. Tak lupa juga ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah sabar dalam memberikan ide, saran, dan masukan kepada saya selama masa penyusunan skripsi ini, serta para dosen-dosen yang telah banyak memberikan semangat atas ilmu dan pengalaman yang diberikan selama masa perkuliahan.

Ucapan terima kasih yang paling besar penulis sampaikan kepada Papa Anton Hidayat dan Mama Ira Zulvira selaku kedua orang tua tercinta, kepada adik saya tersayang Kayla Ramadhani Andraputri. Penulis juga berterima kasih kepada nenek (uci) saya, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa terbaik. Semoga segala kebaikan dan dukungan penuh dari kedua orang tua dan keluarga diberikan kesehatan dan keberkahan dari Allah SWT.

Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada Sdr. Nurul Kusumaningrum yang telah menemani dan memberikan semangat motivasi dalam pengerjaan penelitian ini. Terima kasih kepada Achmad, Adin, Akmal, Dzikri, Faqih, Rizki, Pilar, Raqul, Riyan, Wahyu, dan Zhafar selaku teman-teman peneliti yang selalu menghibur dan mendukung selama perkuliahan dari semester satu, serta menjadi rekan dalam menjalani proses penyelesaian skripsi. Terima kasih kepada teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2022 atas kebersamaannya yang selalu hadir selama masa perkuliahan. Kehadiran kalian membuat kehidupan kuliah menjadi banyak cerita dan menyenangkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh

fungsionaris HIMA Ekonomi Syariah 2025 Kabinet Arutala Sahitya yang telah menjadi tempat belajar, berkembang, dan berbagi pengalaman selama menjalani masa perkuliahan.

Terima kasih juga kepada Devin, Fabian, Naufal, Raffa, dan Sovyan selaku teman SMP peneliti hingga saat ini yang selalu meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah peneliti dan selalu memberikan semangat dengan menonton bola bersama peneliti selama proses penyusunan skripsi.

Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang sudah berusaha sepenuh hati, bertahan di saat lelah, dan terus bangkit di tengah rasa ragu. Terima kasih untuk tidak menyerah, untuk tetap mencoba meski sering merasa takut salah, dan untuk terus melangkah sampai akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga perjalanan ini selalu jadi pengingat bahwa proses tidak pernah mengkhianati hasil, dan bahwa penulis mampu menghadapi langkah besar berikutnya.

Jakarta 05 Desember 2025

Muhammad Haikal Andraputra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Minat Beli Hijau (<i>Green Purchase Intention</i>).....	11
2.1.2 Sikap (<i>Attitude</i>)	12
2.1.3 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>).....	13
2.1.4 Religiusitas.....	15
2.1.5 Kesadaran Harga Hijau (<i>Green Awareness of Price</i>).....	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Model Penelitian	30
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional.....	32
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	37

3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.3.3 Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.4.2 <i>Measurement Model</i>	41
3.4.3 Model Struktural	41
3.4.4 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	45
4.3 Analisis dan Uji Hipotesis.....	49
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	49
4.3.2 Outer Model	58
4.3.3 Inner Model.....	62
4.3.4 Uji Hipotesis	65
4.4 Pembahasan.....	67
4.4.1 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Hijau.....	67
4.4.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Hijau	69
4.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Hijau.....	70
4.4.4 Pengaruh Kesadaran Harga Hijau Terhadap Minat Beli Hijau	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2. Skala Likert	33
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 4. Interpretasi Nilai Indeks	40
Tabel 5. Nilai Cronbaach's Alpha	41
Tabel 6. Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 7. Klasifikasi Berdasarkan Usia	45
Tabel 8. Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 9. Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 10. Klasifikasi Berdasarkan Pendapatan per Bulan	47
Tabel 11. Klasifikasi Berdasarkan Status Pernikahan	47
Tabel 12. Klasifikasi Berdasarkan Domisili.....	48
Tabel 13. Klasifikasi Berdasarkan Agama	48
Tabel 14. Outer Loadings	58
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 16. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	62
Tabel 17. R ² SmartPLS	63
Tabel 18. F-Square	64
Tabel 19. Model Fit	65
Tabel 20. Uji Hipotesis.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Mobil Listrik di Indonesia	2
Gambar 2. Data Perbandingan Penjualan BYD dengan Mobil Konvensional di Indonesia.....	3
Gambar 3. Alasan Masyarakat Indonesia Membeli Mobil Listrik.....	5
Gambar 4. Model Penelitian	30
Gambar 5. Indeks Minat Beli Hijau	49
Gambar 6. Indeks Sikap	51
Gambar 7. Indeks Norma Subjektif	53
Gambar 8. Indeks Religiusitas	55
Gambar 9. Indeks Kesadaran Harga Hijau.....	57
Gambar 10. Output Penyesuaian SmartPLS	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	89
Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan	90
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	136
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif.....	139
Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS 4.0	141
Lampiran 8. Hasil Output Model PLS	142