

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli hijau konsumen Muslim terhadap mobil listrik BYD Indonesia terbentuk melalui pengaruh signifikan dari sikap, norma subjektif, religiusitas, serta kesadaran harga hijau. Keempat variabel tersebut berperan penting dalam membentuk kecenderungan perilaku konsumen, di mana sikap positif terhadap kendaraan listrik sebagai produk ramah lingkungan dan dorongan sosial dari lingkungan sekitar memperkuat keyakinan konsumen terhadap manfaat keberlanjutan yang ditawarkan. Selain itu, nilai religiusitas yang mendorong kepedulian terhadap alam turut memperkuat orientasi konsumsi etis yang selaras dengan prinsip keberlanjutan. Kesadaran harga hijau juga berkontribusi positif, di mana konsumen menilai bahwa harga yang lebih tinggi dianggap sepadan dengan manfaat jangka panjang seperti efisiensi energi, pengurangan emisi, dan nilai investasi lingkungan. Dengan demikian, keempat variabel tersebut secara simultan menciptakan dorongan kuat yang meningkatkan kecenderungan konsumen untuk memilih produk ramah lingkungan dan berkelanjutan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan agar penelitian selanjutnya dapat dikembangkan secara lebih komprehensif, antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu sikap, norma subjektif, religiusitas, dan kesadaran harga hijau. Sementara itu, masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat beli hijau konsumen Muslim sehingga hasil penelitian belum menggambarkan seluruh determinan minat beli hijau secara menyeluruh.
2. Lokasi penelitian terbatas pada wilayah DKI Jakarta, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi ke wilayah lain yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, kesadaran lingkungan, dan tingkat adopsi kendaraan listrik yang berbeda.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a.) Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, religiusitas, dan kesadaran harga hijau berpengaruh positif terhadap minat beli hijau konsumen Muslim pada mobil listrik BYD Indonesia, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas model dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memberikan kontribusi teoritis, seperti *environmental knowledge*, *green perceived value*, *perceived behavioral control*, atau *green trust*. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat menggunakan metode campuran (*mixed methods*) untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi minat beli hijau. Cakupan wilayah penelitian juga sebaiknya diperluas ke luar DKI Jakarta agar data yang diperoleh lebih representatif dan mencerminkan kondisi konsumen Muslim di berbagai daerah Indonesia.

b.) Saran Praktis

1. Bagi BYD Indonesia

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Temuan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh paling kuat menunjukkan pentingnya pendekatan seperti *community engagement*, dan testimoni teman atau keluarga. Selain itu, BYD perlu memperkuat edukasi konsumen terkait manfaat lingkungan dan efisiensi jangka panjang mobil listrik, mengingat kesadaran harga hijau terbukti signifikan namun masih dipengaruhi sensitivitas harga. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan minat beli dan memperkuat posisi BYD sebagai pemimpin pasar kendaraan listrik ramah lingkungan di Indonesia.

2. Bagi Pemerintah/Regulator

Pemerintah perlu memperluas dan memperkuat kebijakan yang mendukung percepatan penggunaan kendaraan listrik di Indonesia. Pemerintah dapat merumuskan kebijakan yang lebih terarah, seperti pemberian insentif fiskal yang lebih komprehensif, perluasan infrastruktur stasiun pengisian daya, serta adanya edukasi publik mengenai manfaat ekologis dan ekonomis kendaraan listrik. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan pelaku industri untuk membangun ekosistem kendaraan listrik yang inklusif dan berkelanjutan. Upaya ini diharapkan mampu menciptakan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi pertumbuhan pasar EV serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya transisi dari energi konvensional menuju energi ramah lingkungan.