

# Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Listrik Plug-in di Indonesia: Analisis Difusi Teknologi Dan Persepsi Konsumen = The Factors Affecting Plug-in Electric Vehicle Demand in Indonesia: An Analysis of Technology Diffusion and Consumer Perception

Muhammad Rizhan Aji Pratama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920517576&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Adopsi kendaraan listrik plug-in (PEV) adalah subjek yang menarik banyak minat baru-baru ini. Perhatian yang meningkat ini sebagian disebabkan oleh kemajuan paralel yang cepat dalam bisnis, kebijakan, dan metode teknologi yang dimaksudkan untuk mempromosikan penggunaan teknologi baru yang revolusioner ini. Performa PEV menjadi lebih sebanding dengan mobil konvensional karena kemajuan teknologi baterai, dan semua pembuat mobil besar sekarang menawarkan PEV. Pemerintah, termasuk di Indonesia, di semua tingkatan menerapkan insentif keuangan dan non-keuangan yang berbeda untuk mempromosikan adopsi PEV. Namun, dampak dari perubahan ini pada akhirnya tergantung pada minat pelanggan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi konsumen merupakan faktor dalam niat membeli atau menyewa kendaraan listrik. Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian korelasi antara persepsi konsumen Indonesia termasuk keuntungan relatif, trialability, observability, kebijakan, dan efek jaringan atau stasiun pengisian dilakukan untuk menentukan persepsi mana yang merupakan faktor utama dalam menentukan niat beli atau sewa listrik kendaraan.

.....Plug-in electric vehicle (PEV) adoption is a subject that has attracted a lot of interest recently. This increased attention is partially due to the quick parallel advancements in business, policy, and technological methods meant to promote the use of this revolutionary, new technology. The performance of PEVs is becoming more comparable to that of conventional cars because to advancements in battery technology, and all major automakers now offer PEVs. Governments, including in Indonesia, at all levels are implementing different financial and non-financial incentives to promote PEV adoption. However, the impact of these changes ultimately depends on customer interest. Therefore, the purpose of this study is to determine if consumer perceptions are a factor to the purchase or lease intent of electric vehicles. To respond to this query, a research of correlation between the perceptions of Indonesian consumers including relative advantage, trialability, observability, policy, and network effects or charging stations is done to determine which perceptions are the major factors in determining purchase or lease intent of electric vehicles.