

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi teknologi, kesadaran lingkungan, dan harga terhadap minat beli motor listrik di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi penelitian adalah masyarakat Kota Medan yang menggunakan motor listrik dengan jumlah populasi 100 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda secara parsial. Inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan, kesadaran lingkungan memberikan pengaruh positif dan harga turut menjadi faktor yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli motor listrik. Kesadaran lingkungan juga terbukti memberikan pengaruh positif terhadap minat beli. Selain itu, harga turut menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli motor listrik. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang kuat terhadap peningkatan minat beli motor listrik di Kota Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa inovasi teknologi, kesadaran lingkungan, dan harga merupakan komponen penting dalam strategi pengembangan pasar kendaraan listrik di Indonesia.

Kata Kunci: Inovasi teknologi, kesadaran lingkungan, harga, minat beli, motor listrik.

Abstract

This study aims to analyze the influence of technological innovation, environmental awareness, and price on the purchase intention of electric motorcycles in Medan City. The research employs a quantitative approach with a causal research design. The sampling technique used in this study is the Accidental Sampling method. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis on a partial basis. Technological innovation has a positive and significant effect, environmental awareness exerts a positive influence, and price is also found to be a significant factor. The results indicate that technological innovation has a positive and significant impact on the intention to purchase electric motorcycles. Environmental awareness is also proven to have a positive influence on purchase intention. Furthermore, price significantly affects consumers' decisions to buy electric motorcycles. Simultaneously, these three variables exert a strong influence on the increasing purchase intention of electric motorcycles in Medan City. These findings indicate that technological innovation, environmental awareness, and price are essential components in the market development strategy for electric vehicles in Indonesia.

Keywords: Technological innovation, environmental awareness, price, purchase intention, electric motorcycles.