



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *ENVIRONMENTAL KNOWLEDGE* DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP INTENSI MENGGUNAKAN
LAYANAN TAKSI BERBASIS MOBIL LISTRIK MELALUI
*BRAND TRUST***

(Studi Kasus pada Taxi Green SM di Daerah Jakarta)



ANNISA DAYU NUR AVRILIA

NIM: 2205421070

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026

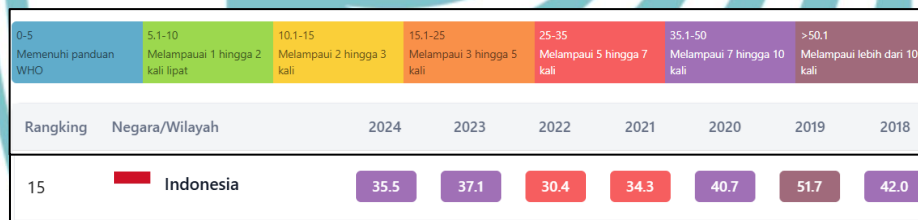
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan wilayah perkotaan yang semakin pesat mendorong peningkatan mobilitas masyarakat dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan sosial. Tingginya mobilitas tersebut berdampak pada meningkatnya penggunaan moda transportasi bermotor, yang pada akhirnya menimbulkan permasalahan lingkungan, khususnya penurunan kualitas udara. Dalam beberapa tahun terakhir, pencemaran udara menjadi isu global karena berimplikasi terhadap kesehatan masyarakat, kualitas hidup, serta keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, sektor transportasi menjadi salah satu fokus utama dalam upaya pengendalian emisi dan pengembangan sistem transportasi yang lebih ramah lingkungan.



Gambar 1.1 Negara dan Wilayah Paling Berpolusi di Dunia
Sumber : IQAir, 2024

Berdasarkan gambar 1.1 Indonesia menempati peringkat ke – 15 sebagai negara dengan tingkat polusi udara tertinggi di dunia. Posisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas udara di Indonesia berada pada kondisi yang kurang baik dan memerlukan penanganan yang serius dari berbagai pihak. Tingginya tingkat polusi udara tersebut menunjukkan perlunya transformasi sistem transportasi menuju moda yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan guna mengurangi dampak pencemaran udara.

Menurut Ersu dkk. (2023:9), Salah satu kontributor utama pencemaran udara di Indonesia berasal dari sektor transportasi. Selain itu, *Institute for Essential Services Reform* (IESR) sebagai lembaga riset independen di bidang energi dan lingkungan menyatakan bahwa emisi kendaraan bermotor merupakan penyumbang signifikan terhadap pencemaran udara, khususnya di wilayah perkotaan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

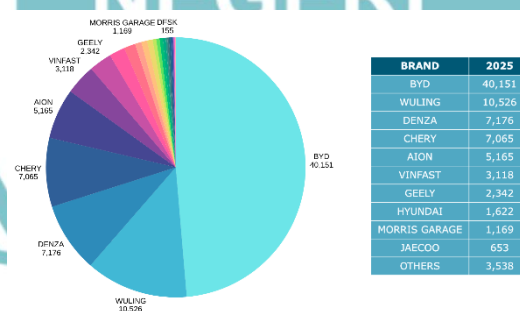
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Permasalahan ini semakin kompleks seiring dengan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor yang terus meningkat dari tahun ke tahun tanpa diimbangi dengan pengendalian emisi yang optimal, sehingga berdampak pada penurunan kualitas udara dan lingkungan.

Data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) menunjukkan bahwa pada tahun 2023 terdapat lebih dari 17 juta sepeda motor, 4,2 juta mobil penumpang, 856 ribu truk, dan 344 ribu bus di wilayah DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan dan inovasi di sektor transportasi menjadi sangat krusial dalam menekan laju pencemaran udara. Sebagai bentuk upaya dalam mengurangi emisi karbon di sektor transportasi, pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 79 Tahun 2023 tentang percepatan program kendaraan listrik. Kehadiran kendaraan listrik dipandang sebagai salah satu solusi transportasi berkelanjutan karena mampu mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar fosil serta menghasilkan emisi yang lebih rendah dibandingkan kendaraan konvensional. Seiring dengan perkembangan teknologi dan dukungan kebijakan pemerintah, penggunaan kendaraan listrik mulai diterapkan tidak hanya pada kendaraan pribadi, tetapi juga pada layanan transportasi publik berbasis aplikasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan dukungan kebijakan pemerintah, tingkat adopsi kendaraan listrik di Indonesia juga terus mengalami peningkatan.



Gambar 1. 2 Penjualan Mobil Listrik Nasional Januari - November 2025

Sumber : GAIKINDO, 2025

Berdasarkan gambar 1.2 penjualan mobil listrik di Indonesia pada periode Januari hingga November 2025 mencapai 82.525 unit. Data tersebut menunjukkan bahwa adopsi kendaraan listrik di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring



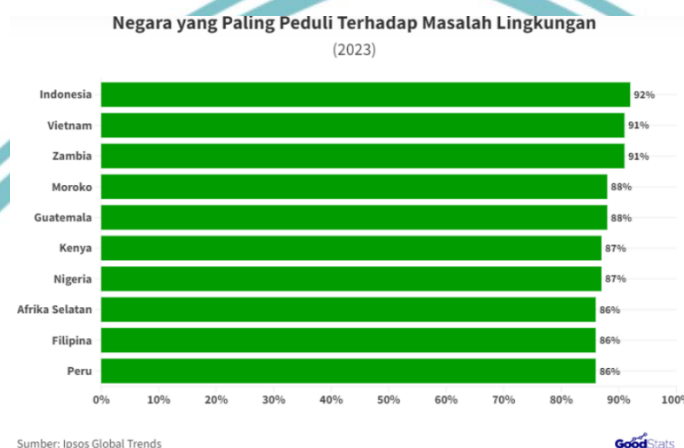
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berkembangnya teknologi kendaraan listrik dan meningkatnya minat masyarakat terhadap transportasi ramah lingkungan.

Peningkatan adopsi kendaraan listrik tersebut menunjukkan bahwa masyarakat mulai memiliki ketertarikan terhadap alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Di sisi lain, meningkatnya permasalahan lingkungan mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan.



Gambar 1. 3 Negara yang Paling Peduli Terhadap Masalah Lingkungan

Sumber : GoodStats, 2024

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan tingkat kepedulian terhadap lingkungan tertinggi di dunia, dengan persentase mencapai 92%. Tingginya tingkat kepedulian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia secara sikap telah memiliki perhatian yang kuat terhadap isu lingkungan. Namun demikian, dalam praktiknya, tingkat kepedulian tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku konsumsi sehari-hari, khususnya dalam pemilihan moda transportasi (Brock dkk., 2025:5). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sikap dan perilaku konsumen dalam konteks lingkungan.

Kondisi tersebut berkaitan dengan *environmental knowledge*, yaitu tingkat pengetahuan konsumen mengenai dampak lingkungan dari aktivitas konsumsi serta pemahaman terhadap solusi yang lebih ramah lingkungan. Menurut Cui dkk. (2024:9) tingkat *environmental knowledge* yang tinggi cenderung membentuk sikap positif dan meningkatkan kecenderungan konsumen dalam menggunakan produk atau layanan berkelanjutan. Dalam konteks transportasi berbasis kendaraan listrik,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsumen yang memahami manfaat kendaraan listrik terhadap lingkungan cenderung memiliki ketertarikan lebih besar untuk menggunakan layanan tersebut. Namun demikian, pengetahuan lingkungan yang tinggi tidak selalu secara langsung mendorong konsumen untuk menggunakan kendaraan listrik karena konsumen masih menghadapi berbagai ketidakpastian dan risiko yang dirasakan atau *perceived risk*.

Menurut Rahmi dkk. (2022:2), *perceived risk* merupakan persepsi konsumen terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau dampak negatif yang dapat memengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan suatu layanan. Risiko tersebut meliputi kekhawatiran terhadap ketahanan baterai, kemampuan kendaraan menempuh jarak jauh, keandalan teknologi, hingga aspek keselamatan penggunaan (Lazuardy dkk., 2025:2). Menurut Li dkk. (2023:4) persepsi risiko yang tinggi dapat menurunkan minat dan kepuasan konsumen dalam menggunakan kendaraan listrik. Dengan demikian, *perceived risk* menjadi tantangan utama dalam pemasaran layanan transportasi berbasis kendaraan listrik, khususnya bagi konsumen yang belum memiliki pengalaman penggunaan sebelumnya.

Kondisi tersebut juga terjadi di Indonesia. Permana dkk. (2023:6) menunjukkan bahwa *perceived risk* masih menjadi salah satu hambatan dalam adopsi kendaraan listrik di Indonesia. Risiko tersebut berkaitan dengan harga kendaraan listrik yang relatif lebih mahal dibandingkan kendaraan konvensional, keterbatasan jarak tempuh kendaraan, serta ketersediaan infrastruktur pendukung seperti Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU). Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *purchase intention* kendaraan listrik di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun kesadaran masyarakat terhadap transportasi ramah lingkungan mulai meningkat, konsumen tetap mempertimbangkan risiko yang dirasakan sebelum memutuskan menggunakan kendaraan listrik.

Perceived risk yang tinggi pada akhirnya dapat memengaruhi intensi konsumen dalam menggunakan layanan transportasi berbasis kendaraan listrik. Semakin tinggi risiko yang dirasakan konsumen, maka kecenderungan konsumen untuk menggunakan layanan tersebut juga dapat menurun. Selain *perceived risk*, faktor



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lain yang memengaruhi intensi menggunakan layanan adalah *brand trust*. *Brand trust* merupakan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kemampuan suatu merek dalam memberikan layanan yang aman, andal, dan konsisten. Fitriani dkk. (2023:2) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen memiliki intensi untuk menggunakan layanan tersebut.

Sebagai bagian dari upaya transisi menuju transportasi rendah emisi, layanan taksi berbasis kendaraan listrik mulai diperkenalkan di Indonesia. Salah satu inovasi terbaru adalah taksi Green SM (Xanh SM), yang secara resmi mulai beroperasi di Jakarta pada 18 Desember 2024 (Katadata.co.id, 2024). Green SM merupakan layanan taksi listrik yang menggunakan armada kendaraan listrik sebagai alternatif transportasi publik yang lebih ramah lingkungan di kawasan perkotaan. Namun, sebagai pemain baru di industri transportasi berbasis aplikasi, Green SM menghadapi tantangan dalam membangun *brand trust* konsumen. Selain harus bersaing dengan layanan transportasi *online* yang telah lebih dahulu dikenal masyarakat, Green SM juga menghadapi berbagai persepsi risiko yang muncul akibat penggunaan teknologi kendaraan listrik.

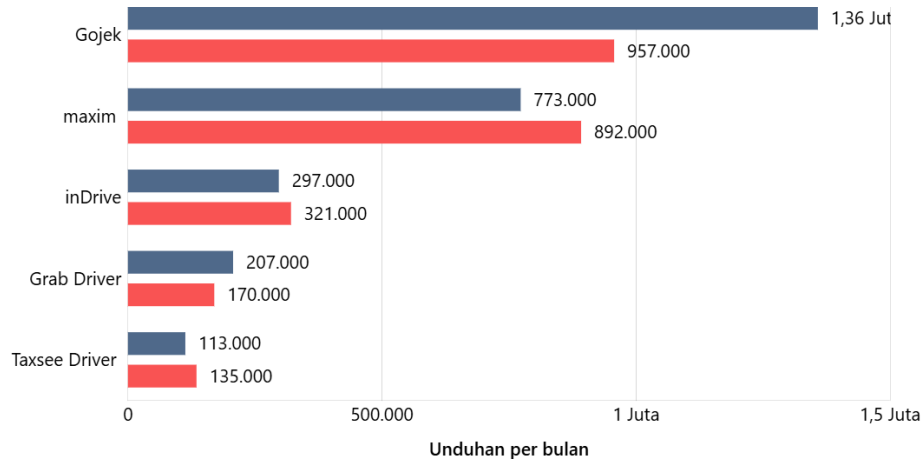
Menurut (Kompas.com, 2026), Pemberitaan mengenai beberapa insiden operasional Green SM yang mendapat perhatian publik meliputi kecelakaan taksi Green SM yang menabrak penjual nasi goreng pada 26 Februari 2025, menabrak bus TransJakarta pada 6 Maret 2025 akibat pengemudi mengantuk, tertabrak kereta api pada 10 Oktober 2025 dan 31 Desember 2025 akibat pelanggaran palang pintu, serta menabrak rumah makan di wilayah Tangerang pada 9 Januari 2026. Rangkaian insiden tersebut berpotensi meningkatkan *perceived risk* konsumen terhadap aspek keselamatan dan keandalan layanan, sehingga dapat memengaruhi *brand trust* serta intensi konsumen dalam menggunakan layanan Green SM.

Di tengah kondisi tersebut, persaingan industri transportasi berbasis aplikasi di Indonesia tergolong sangat ketat.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 4 Aplikasi Transportasi Online Terbanyak Diunduh di Indonesia

Sumber : Databoks, 2024

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa Gojek menempati peringkat pertama sebagai aplikasi transportasi yang paling banyak diunduh di Indonesia, diikuti oleh berbagai aplikasi transportasi lainnya. Tingginya tingkat persaingan dalam industri transportasi berbasis aplikasi mengharuskan perusahaan untuk memahami berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan dan kecenderungan konsumen dalam menggunakan suatu layanan (Mariam dkk., 2026:1). Oleh karena itu, keputusan untuk menggunakan layanan taksi listrik Green SM dapat dipengaruhi oleh tingkat *brand trust* dan *perceived risk* yang dirasakan konsumen dibandingkan layanan transportasi lain yang telah lebih dahulu mapan.

Penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap kendaraan listrik sebelumnya telah dilakukan, terutama yang membahas *purchase intention* kendaraan listrik secara umum. Namun, penelitian yang membahas intensi penggunaan layanan transportasi berbasis taksi listrik di Indonesia masih relatif terbatas, khususnya pada layanan Green SM yang tergolong baru di Indonesia. Selain itu, penelitian yang mengkaji pengaruh *environmental knowledge* dan *perceived risk* terhadap intensi menggunakan layanan dengan *brand trust* sebagai variabel mediasi juga masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami perilaku konsumen terhadap penggunaan layanan taksi listrik Green SM di Indonesia.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada penggunaan layanan taksi berbasis kendaraan listrik Green SM di



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

wilayah Jakarta. Pemilihan wilayah Jakarta didasarkan pada tingginya mobilitas masyarakat perkotaan (LeetMedia, 2025), penggunaan layanan transportasi berbasis aplikasi yang telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat (GoodStats, 2025), serta Jakarta merupakan wilayah pertama operasional Green SM di Indonesia sehingga tingkat eksposur konsumen terhadap layanan ini relatif lebih tinggi dibandingkan wilayah lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Tingginya tingkat pencemaran udara akibat sektor transportasi mendorong perlunya pengembangan moda transportasi yang lebih ramah lingkungan, termasuk layanan transportasi berbasis kendaraan listrik.
- b. Meskipun tingkat kepedulian masyarakat Indonesia terhadap lingkungan tergolong tinggi, penggunaan layanan transportasi berbasis kendaraan listrik masih belum optimal.
- c. Tingkat *environmental knowledge* yang tinggi belum tentu secara langsung mendorong konsumen untuk menggunakan layanan transportasi berbasis kendaraan listrik.
- d. *Perceived risk* terhadap kendaraan listrik, seperti kekhawatiran terkait keamanan, keandalan teknologi, jarak tempuh, dan infrastruktur pendukung, masih menjadi hambatan dalam penggunaan layanan taksi listrik.
- e. Green SM sebagai layanan taksi listrik yang relatif baru di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam membangun *brand trust* konsumen di tengah persaingan industri transportasi berbasis aplikasi yang ketat.
- f. Beberapa insiden operasional Green SM yang terekspos di media berpotensi meningkatkan *perceived risk* konsumen terhadap layanan Green SM.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- a. Bagaimana pengaruh *environmental knowledge* terhadap *brand trust* pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta?
- b. Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap *brand trust* pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta?
- c. Bagaimana pengaruh *brand trust* terhadap intensi menggunakan layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta?
- d. Bagaimana pengaruh *environmental knowledge* terhadap intensi menggunakan melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta?
- e. Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap intensi menggunakan melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *environmental knowledge* terhadap *brand trust* pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap *brand trust* pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap intensi menggunakan layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *environmental knowledge* terhadap intensi menggunakan melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap intensi menggunakan melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi pada layanan taksi berbasis mobil listrik Taxi Green SM di Jakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan akademis (Teoritis) dan manfaat penelitian yang sedang dilakukan (Praktis).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen terhadap penggunaan layanan taksi berbasis mobil listrik.

- 1) Bagi pihak akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa bukti empiris dalam pengembangan kajian teori manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen pada layanan transportasi berbasis kendaraan listrik. Secara lebih spesifik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai peran *environmental knowledge* dan *perceived risk* dalam membentuk *brand trust* serta pengaruhnya terhadap intensi menggunakan layanan pada sektor jasa transportasi ramah lingkungan. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan bahan kajian dalam pembelajaran pemasaran jasa dan pemasaran berkelanjutan.
- 2) Bagi pihak mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa dalam memahami penerapan konsep pemasaran berkelanjutan dan perilaku konsumen pada layanan jasa berbasis teknologi ramah lingkungan. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan dalam penyusunan tugas akhir maupun penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara *environmental knowledge*, *perceived risk*, *brand trust*, dan intensi penggunaan layanan pada industri transportasi atau sektor jasa lainnya.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan intensi masyarakat menggunakan layanan taksi berbasis mobil listrik.

- 1) Bagi perusahaan taksi Green SM, Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi masyarakat dalam menggunakan layanan taksi listrik Green SM, khususnya dari aspek *environmental knowledge*, *perceived risk*, dan *brand trust*. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan dasar



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pertimbangan manajerial dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta meminimalkan persepsi risiko yang dirasakan pengguna, sehingga dapat mendorong peningkatan adopsi layanan taksi listrik di wilayah Jakarta.

- 2) Bagi masyarakat (konsumen), penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dengan meningkatkan pemahaman mengenai layanan transportasi ramah lingkungan, khususnya taksi listrik Green SM. Dengan adanya pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kepercayaan merek berdasarkan hasil penelitian, konsumen diharapkan memperoleh layanan transportasi yang lebih aman, terpercaya, dan berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan minat dan kenyamanan dalam menggunakan transportasi berbasis kendaraan listrik.





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh *Environmental Knowledge* dan *Perceived Risk* Terhadap Intensi Menggunakan Layanan Taksi Berbasis Mobil Listrik Melalui *Brand Trust* (Studi Kasus Pada Taxi Green SM Di Daerah Jakarta), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Environmental knowledge* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand trust* pada layanan Taxi Green SM di Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen mengenai isu lingkungan, manfaat kendaraan listrik, serta pentingnya penggunaan transportasi ramah lingkungan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan Taxi Green SM. Hal tersebut sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai suatu produk atau layanan dapat meningkatkan keyakinan dan kepercayaan terhadap merek karena konsumen merasa lebih memahami manfaat serta nilai yang ditawarkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pengetahuan lingkungan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap layanan transportasi ramah lingkungan seperti Taxi Green SM.
- b. *Perceived risk* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *brand trust* pada layanan Taxi Green SM di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan konsumen, baik terkait kinerja layanan, kualitas pelayanan pengemudi, keamanan data pribadi, maupun aspek operasional lainnya, maka semakin rendah tingkat kepercayaan konsumen terhadap layanan Taxi Green SM. Temuan ini sejalan dengan teori yang menjelaskan bahwa persepsi risiko dapat mengurangi rasa aman dan keyakinan konsumen dalam menggunakan suatu layanan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa upaya perusahaan dalam meminimalkan berbagai bentuk risiko yang dirasakan konsumen sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan terhadap layanan Taxi Green SM.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. *Brand trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Menggunakan layanan Taxi Green SM di Jakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap layanan Taxi Green SM menjadi faktor utama yang mendorong munculnya niat untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap suatu merek akan lebih yakin dalam mengambil keputusan penggunaan karena mereka percaya bahwa layanan tersebut mampu memenuhi harapan dan memberikan manfaat yang diinginkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap Taxi Green SM, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.
- d. *Environmental knowledge* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan yang dimiliki konsumen tidak hanya meningkatkan kepercayaan terhadap Taxi Green SM, tetapi juga berdampak pada meningkatnya niat untuk menggunakan layanan tersebut melalui terbentuknya *brand trust*. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen yang memahami manfaat transportasi ramah lingkungan cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi terhadap layanan sehingga terdorong untuk menggunakannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *brand trust* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh *environmental knowledge* terhadap Intensi Menggunakan layanan Taxi Green SM.
- e. *Perceived risk* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensi menggunakan melalui *brand trust* sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan konsumen, maka kepercayaan terhadap Taxi Green SM akan semakin menurun, sehingga berdampak pada menurunnya niat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi risiko dapat menghambat pembentukan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan penggunaan suatu layanan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *brand trust* berperan sebagai variabel mediasi dalam



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menjelaskan bagaimana persepsi risiko memengaruhi intensi menggunakan Taxi Green SM. Oleh karena itu, perusahaan perlu meminimalkan persepsi risiko konsumen agar kepercayaan dan niat penggunaan layanan dapat terus meningkat.

5.2 Saran

a. Saran bagi Industri

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa indikator *brand trust* mengenai reputasi Taxi Green SM sebagai layanan transportasi masih memperoleh penilaian yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Oleh karena itu, Taxi Green SM disarankan untuk meningkatkan reputasi merek (*brand reputation*) sebagai layanan transportasi ramah lingkungan. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan aktivitas pemasaran dan komunikasi publik yang menonjolkan keunggulan layanan, seperti penggunaan kendaraan listrik yang ramah lingkungan, standar pelayanan pengemudi yang profesional, serta komitmen perusahaan terhadap keselamatan dan kenyamanan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat memperkuat citra positif melalui publikasi testimoni pelanggan, kerja sama dengan instansi atau perusahaan, serta pemanfaatan media sosial untuk menyampaikan informasi mengenai kualitas layanan dan pencapaian perusahaan. Langkah-langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan persepsi masyarakat terhadap reputasi Taxi Green SM sehingga kepercayaan konsumen terhadap layanan semakin meningkat dan pada akhirnya mendorong peningkatan intensi menggunakan layanan Taxi Green SM.

b. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat terus mendukung pengembangan ekosistem kendaraan listrik melalui penyediaan infrastruktur pendukung yang memadai, seperti stasiun pengisian kendaraan listrik umum (SPKLU), serta mendorong berbagai program edukasi mengenai manfaat penggunaan transportasi rendah emisi. Selain itu, pemerintah dapat memperkuat regulasi dan pengawasan terhadap layanan transportasi berbasis kendaraan listrik guna meningkatkan rasa aman dan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Dukungan tersebut diharapkan dapat mempercepat adopsi transportasi ramah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lingkungan sekaligus mendukung pencapaian target pembangunan berkelanjutan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan variabel *Environmental Knowledge*, *Perceived Risk*, *Brand Trust*, dan Intensi Menggunakan dalam menjelaskan perilaku konsumen terhadap layanan Taxi Green SM. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *Brand Trust* maupun Intensi Menggunakan, seperti *Perceived Value*, *Service Quality*, *Green Image*, *Environmental Concern*, *Customer Experience*, atau *Perceived Usefulness*. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Jakarta atau menggunakan objek layanan transportasi berbasis kendaraan listrik lainnya agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat dibandingkan pada berbagai karakteristik responden yang berbeda.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**