

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang transportasi. Salah satu wujud dari inovasi ini adalah kemunculan kendaraan listrik yang menawarkan efisiensi, kemudahan, dan ramah biaya. Sepeda listrik menjadi salah satu alternatif transportasi yang mulai dilirik masyarakat Indonesia karena desainnya yang sederhana, cara penggunaan yang praktis, serta cocok digunakan untuk aktivitas harian di lingkungan perkotaan maupun pedesaan. Selain itu harga yang relatif lebih terjangkau dibanding kendaraan bermotor lainnya menjadikan sepeda listrik semakin dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat (Ihsani, 2022).

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya strategis untuk mendorong percepatan penggunaan kendaraan listrik di Indonesia, termasuk menyediakan berbagai bentuk insentif serta membangun fasilitas pendukung yang dianggap penting bagi pengguna kendaraan listrik. Meski begitu, keberhasilan dari langkah langkah tersebut sangat bergantung pada penerimaan dan persepsi masyarakat terhadap sepeda listrik itu sendiri (Sudjoko, 2019). Persepsi ini mencakup bagaimana masyarakat menilai kemudahan dalam penggunaan sepeda listrik, manfaat nyata yang dirasakan dalam aktivitas sehari-hari, serta kekhawatiran atau risiko yang mereka rasakan terkait performa, keandalan, dan aspek keamanan selama pemakaian.

Sepeda listrik dinilai sebagai salah satu kendaraan yang memiliki efisiensi tinggi dalam hal biaya operasional. Hal ini disebabkan karena sepeda listrik tidak memerlukan bahan bakar minyak seperti halnya sepeda motor konvensional melainkan hanya membutuhkan pengisian daya listrik sebagai sumber tenaganya. Penggunaan energi listrik membuat pengeluaran harian pengguna menjadi lebih ringan terutama dalam penggunaan jangka panjang. Biaya pengisian baterai sepeda listrik juga cenderung lebih stabil dibandingkan harga bahan bakar minyak yang sering mengalami fluktuasi di pasar. Selain itu, sepeda listrik juga tidak memerlukan perawatan rutin yang kompleks seperti penggantian oli atau servis mesin yang biasanya dilakukan pada kendaraan bermotor berbahan bakar (Sudjoko, 2021).

Sepeda listrik juga dinilai memberikan manfaat lebih bagi pengguna karena pengoperasiannya yang bersih, tidak menghasilkan asap, serta tidak menimbulkan kebisingan selama digunakan. Karakteristik ini memberikan kenyamanan tersendiri, terutama saat digunakan dalam aktivitas harian seperti pergi ke pasar, ke sekolah, atau berkeliling di lingkungan tempat tinggal. Suara mesin yang tenang dan bebas emisi membuat sepeda listrik lebih sesuai digunakan di kawasan permukiman yang padat, di mana ketenangan dan kenyamanan sering menjadi pertimbangan utama. Selain itu, penggunaan sepeda listrik dapat memberikan pengalaman berkendara yang lebih santai dan minim gangguan, yang secara tidak langsung meningkatkan persepsi masyarakat terhadap manfaat sepeda listrik sebagai alat transportasi yang praktis, nyaman, dan relevan untuk kebutuhan mobilitas sehari-hari (Utami, 2020).

Salah satu bentuk dukungan pemerintah terhadap kendaraan listrik adalah melalui program kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (KBLBB) yang diatur dalam peraturan Presiden No. 55 tahun 2019. Program ini mencakup insentif dan pengembangan infrastruktur untuk mempercepat adopsi kendaraan listrik. Meski demikian, di berbagai wilayah penggunaan sepeda listrik masih rendah yang menunjukkan bahwa penerimaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap risiko penggunaan, kemudahan pengoperasian, serta kegunaan produk tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Meskipun sepeda listrik memiliki berbagai keunggulan, tingkat penggunaan di Indonesia masih tergolong rendah. Beberapa faktor yang memengaruhi lambatnya penggunaan antara lain adalah kurangnya informasi yang tersedia, persepsi masyarakat terhadap manfaatnya yang belum sepenuhnya positif, serta masih terbatasnya fasilitas pendukung di beberapa wilayah yang dapat menimbulkan kekhawatiran masyarakat terkait kemudahan penggunaan dan keandalan sepeda listrik dalam jangka panjang.

Selain itu, tidak sedikit masyarakat yang masih mempertanyakan kemampuan sepeda listrik dari sisi kecepatan, daya tahan baterai, dan kenyamanan penggunaan. Sebagian masyarakat masih mempertimbangkan apakah sepeda listrik dapat sepenuhnya menggantikan peran sepeda motor dalam memenuhi kebutuhan mobilitas harian mereka. Tantangan lainnya terletak pada harga awal pembelian sepeda listrik yang masih dianggap tinggi oleh sebagian masyarakat terutama jika dibandingkan dengan sepeda motor biasa. Padahal, dalam jangka panjang biaya operasional sepeda listrik cenderung lebih rendah.

Dari sisi persepsi, sebagian masyarakat belum melihat sepeda listrik sebagai kendaraan yang benar-benar praktis dan bermanfaat dalam menunjang aktivitas harian. Hal ini diperparah dengan kurangnya sosialisasi dan edukasi dari pihak produsen maupun pemerintah terkait manfaat dan cara penggunaan sepeda listrik secara optimal. Akibatnya banyak masyarakat tetap memilih menggunakan sepeda motor berbahan bakar minyak meskipun biaya operasionalnya lebih tinggi karena merasa lebih familiar dan percaya terhadap performanya dibanding sepeda listrik.

Meskipun pemerintah telah memberikan dukungan melalui berbagai kebijakan tanpa adanya pemahaman dan penerimaan yang baik dari masyarakat, penggunaan sepeda listrik sulit untuk berkembang secara merata. Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan penggunaan sepeda listrik di Indonesia, berikut ditampilkan data penjualan sepeda listrik dalam beberapa tahun terakhir:



Gambar 1. 1 Data penjualan Sepeda Listrik di Indonesia
Sumber: Statista Market Insights 2024

Berdasarkan Gambar 1.1, terlihat bahwa penjualan sepeda listrik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, tercatat sebanyak 126.700 unit sepeda listrik terjual. Angka ini kemudian meningkat menjadi 171.700 unit pada tahun 2021, dan terus naik menjadi 191.400 unit pada tahun 2022. Tren positif ini berlanjut di tahun 2023 dengan penjualan mencapai 197.400 unit. Data pada September tahun 2024 bahkan menunjukkan angka yang lebih tinggi yaitu 210.300 unit, yang mencerminkan minat masyarakat yang semakin besar terhadap sepeda listrik di Indonesia (Statista Market Insights, 2024).

Berdasarkan data yang ditampilkan oleh Statista Market Insight 2024 menunjukkan bahwa tren pembelian sepeda listrik di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun, dengan penjualan mencapai lebih dari 210.300 unit hingga September 2024.

Aceh merupakan salah satu provinsi dengan karakteristik mobilitas masyarakat yang khas, di mana aktivitas sehari-hari banyak dilakukan menggunakan kendaraan bermotor. Perkembangan teknologi transportasi kini menghadirkan alternatif baru berupa sepeda listrik yang menawarkan kemudahan penggunaan dan efisiensi biaya. Dengan desain yang sederhana dan cara penggunaan yang praktis, sepeda listrik mulai dilirik oleh sebagian masyarakat Aceh, terutama di daerah perkotaan atau kawasan dengan jarak tempuh harian yang relatif dekat. Kendaraan ini sesuai untuk aktivitas rutin seperti pergi ke pasar atau mengantar anak ke sekolah.

Berdasarkan hasil penelusuran awal di wilayah penelitian, masyarakat mulai memperhatikan alternatif kendaraan ini walaupun intensitas bervariasi antar wilayah. Di Provinsi Aceh, keberadaan sepeda listrik terlihat di beberapa wilayah, namun di sejumlah daerah penggunaannya masih jarang terlihat di jalanan dan pilihan toko yang menjualnya relatif terbatas. Salah satu wilayah yang mencerminkan kondisi ini adalah Matang Glumpang Dua di Kabupaten Bireuen, yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Masyarakat di daerah tersebut masih dalam tahap awal dalam mengenal dan mempertimbangkan penggunaan sepeda listrik sehingga pemahaman mereka mengenai risiko, kemudahan penggunaan, dan kegunaan produk menjadi aspek penting yang perlu diteliti lebih lanjut untuk meningkatkan niat beli masyarakat terhadap sepeda listrik.

Dibandingkan dengan daerah lain, bahkan di dalam provinsi tersebut wilayah Matang Glumpang Dua yang terletak di Kecamatan Peusangan, Kabupaten Bireuen, wilayah ini menunjukkan kondisi masyarakat yang mengetahui dan memahami sepeda listrik, namun sebagian besar masih berada pada tahap awal pembentukan niat beli. Minat beli masyarakat di wilayah ini tampak mulai berkembang, dengan keterlibatan dan ketertarikan yang bervariasi, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat mendorong peningkatan niat beli tersebut.

Di Matang Glumpang Dua sendiri, terdapat satu toko sepeda listrik yang aktif beroperasi di wilayah tersebut. toko tersebut telah memiliki beberapa pembeli. Berdasarkan keterangan pihak toko, sebagian besar pembelian berasal dari konsumen luar wilayah, sedangkan masyarakat lokal umumnya masih berada pada

tahap mempertimbangkan untuk membeli. Meskipun demikian, sudah ada sebagian masyarakat Matang Glumpang Dua yang menggunakan sepeda listrik, umumnya untuk keperluan jarak dekat seperti pergi ke pasar, mengantar anak ke sekolah, atau beraktivitas di sekitar rumah. beberapa calon pembeli lain datang untuk mencari informasi lebih lanjut, seperti menanyakan harga, ketahanan baterai, cara penggunaan, serta potensi risiko kerusakan. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap sepeda listrik mulai tumbuh, dan persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan, kegunaan, serta risiko produk berperan penting dalam mendorong pembentukan niat beli.

Beberapa calon konsumen juga menunjukkan ketertarikan awal dengan menanyakan apakah sepeda listrik mudah digunakan terutama oleh ibu rumah tangga atau pelajar. Selain itu sebagian masyarakat mulai mempertimbangkan sepeda listrik karena dinilai dapat menunjang aktivitas harian seperti pergi ke pasar atau mengantar anak ke sekolah. Pengguna sepeda listrik yang telah membeli umumnya memanfaatkan kendaraan ini untuk kebutuhan jarak dekat seperti berbelanja atau beraktivitas di sekitar rumah. Meskipun sepeda listrik menawarkan kemudahan, sebagian masyarakat lokal tetap mencari informasi dan melakukan pertimbangan lebih lanjut terkait manfaat jangka panjang dan ketahanan produk, terutama dalam hal keandalan dan daya tahan untuk penggunaan harian. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai memperlihatkan minat awal terhadap sepeda listrik, yang tercermin dari adanya ketertarikan dan perhatian.

Berdasarkan hal tersebut, masyarakat lokal di Matang Glumpang Dua masih berada pada tahap pengembangan niat beli terhadap sepeda listrik. Banyak calon

pembeli dari warga sekitar datang untuk mencari informasi, seperti menanyakan cara penggunaan, daya tahan baterai, serta kepraktisan sepeda listrik, sebelum memutuskan untuk membeli. Faktor-faktor seperti persepsi terhadap risiko, kemudahan penggunaan, dan kegunaan berperan penting dalam mendorong pertimbangan konsumen, sebagaimana menjadi fokus penelitian ini. Oleh karena itu, wilayah Matang Glumpang Dua dianggap relevan sebagai lokasi penelitian, karena masyarakatnya berada pada tahap peningkatan niat beli dan menunjukkan potensi pertumbuhan seiring berkembangnya pemahaman terhadap ketiga aspek tersebut.

Niat beli adalah tindakan atau perilaku seseorang yang muncul dari responnya yang menunjukkan keinginan untuk membeli suatu objek. niat beli adalah kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk berdasarkan evaluasi terhadap manfaat, kemudahan, dan risikonya (Wen & Li, 2020). niat beli juga merupakan sikap atau perilaku konsumen yang tertarik dan ingin membeli suatu produk. Menurut Kotler (2019) Minat beli konsumen terbentuk ketika seseorang mendapatkan rangsangan dari suatu produk yang menarik perhatiannya. Rangsangan tersebut menimbulkan ketertarikan untuk mencoba, yang kemudian berkembang menjadi keinginan untuk membeli agar dapat memiliki produk tersebut. niat beli menurut menurut Assael (2019) menemukan bahwa niat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Niat untuk membeli dapat dimanfaatkan dalam memahami langkah langkah yang diambil oleh konsumen sebelum mereka membuat pembelian. Biasanya, sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mencari tahu informasi tentang produk terlebih dahulu, lalu menilai berdasarkan informasi yang sudah didapat. Setelah itu, konsumen akan mengevaluasi produk tersebut dan memutuskan untuk membeli. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat membeli sepeda listrik antara lain kualitas produk, harga, serta niat untuk menjual kembali (Anwar, 2011). Niat beli merupakan tindakan atau kecenderungan seseorang yang menunjukkan keinginan untuk membeli suatu produk berdasarkan evaluasi terhadap manfaat, kemudahan, dan risiko yang mungkin terjadi (Wen & Li, 2020). Niat beli juga mencerminkan sikap positif dan minat konsumen terhadap produk tersebut. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan mengumpulkan informasi mengenai barang yang ingin dibelinya dan menganalisis informasi tersebut. Kemudian, konsumen akan melakukan penilaian yang akan membentuk keinginan untuk membeli barang tersebut.

Namun, penelitian mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat beli kendaraan listrik, khususnya sepeda listrik, masih jarang ditemukan dalam literatur lokal. Sebagian besar studi sebelumnya lebih berfokus pada kendaraan listrik roda empat, sehingga beberapa faktor yang relevan dengan sepeda listrik belum terungkap secara komprehensif. Selain itu, variabel niat beli sering kali dipelajari secara terpisah dari faktor-faktor persepsi seperti risiko, kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan, padahal ketiganya saling berkaitan dalam membentuk niat beli masyarakat.

Penelitian ini difokuskan pada tiga variabel utama yang berperan dalam membentuk niat beli masyarakat yaitu *perceived risk*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. ketiga variabel tersebut sering digunakan untuk memahami bagaimana persepsi individu terhadap suatu produk dapat memengaruhi niat beli terutama terhadap produk baru seperti sepeda listrik. Dengan mengkaji persepsi terhadap risiko, kemudahan penggunaan, dan kegunaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang faktor –faktor yang memengaruhi terbentuknya niat beli sepeda listrik di kalangan masyarakat.

Perceived risk atau persepsi risiko mengacu pada kekhawatiran konsumen tentang potensi risiko dalam menggunakan produk baru ini, seperti masalah teknis atau biaya tak terduga (Ahmadi et al., 2024). Dalam konteks sepeda listrik risiko ini dapat meliputi kinerja terhadap kendaraan, daya tahan baterai, serta kemudahan pengisian daya. Kekhawatiran ini dapat membuat seseorang ragu untuk memiliki niat membeli, karena takut produk tersebut tidak sesuai harapan atau malah menimbulkan kerugian. Selain itu, persepsi juga dapat terkait dengan faktor bantuan dalam penggunaan sepeda listrik. Beberapa individu mungkin merasa khawatir akan terjadi, kualitas komponen kendaraan. Dalam banyak kasus, persepsi risiko juga mempengaruhi tingkat keyakinan seseorang untuk berniat membeli sepeda listrik (Yusuf, 2022). Selanjutnya *perceived risk* adalah pandangan subjektif konsumen mengenai kemungkinan terjadinya kerugian, bahaya, atau konsekuensi negatif akibat penggunaan suatu produk atau teknologi baru. Persepsi ini mencerminkan paparan konsumen terhadap hasil yang akan diperoleh dan potensi dampak buruk yang mungkin muncul selama atau setelah penggunaan produk

tersebut (Cunningham, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maulana Yusuf (2022) *perceived risk* berpengaruh secara simultan terhadap niat beli. Sedangkan menurut Thilina dan Nisal Gunawardane (2019) *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

Perceived ease of use atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang penting memengaruhi niat beli masyarakat terhadap sepeda listrik. Ide ini berkaitan dengan seberapa yakin seseorang bahwa sepeda listrik dapat digunakan dengan mudah, baik dalam hal pengoperasian, pengisian daya, maupun pemeliharaannya. Dalam konteks masyarakat yang belum sepenuhnya akrab dengan teknologi kendaraan listrik persepsi kemudahan ini menjadi pertimbangan utama. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang tidak memerlukan keterampilan teknis tinggi dan dapat digunakan secara praktis dalam aktivitas sehari-hari (Ningsih Wijaya et al., 2024).

Perceived ease of use merujuk pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu produk dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa kesulitan. Dalam konteks sepeda listrik, kemudahan dalam proses pengisian daya, penggunaan fitur-fitur yang intuitif, serta perawatan yang tidak rumit menjadi aspek penting yang dapat membentuk persepsi positif masyarakat. Semakin mudah suatu produk digunakan, semakin besar keinginan seseorang untuk memiliki niat untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari (Purba & Aisyah, 2017). *perceived ease of use* juga mengacu pada sejauh mana seorang pengguna percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha karena mudah dipelajari, mudah dipahami, memiliki tampilan yang sederhana dan mudah dalam

mengoperasikannya (Sulistiyowati et al., 2022). Menurut Agus et al. (2023) kemudahan penggunaan berarti tanpa kesulitan tanpa memerlukan usaha yang besar ketika menggunakan teknologi tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nisal Gunawardane (2019) *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat beli. Selanjutnya menurut Utari dan Yasa (2023) *perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention*.

Faktor terakhir yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap sepeda listrik adalah *perceived usefulness* atau *persepsi kegunaan*, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan produk tersebut dapat memberikan manfaat nyata dalam aktivitas sehari-hari. Dalam konteks sepeda listrik persepsi kegunaan mencakup harapan konsumen terhadap efisiensi waktu tempuh, kemudahan mobilitas untuk perjalanan jarak pendek, penghematan biaya operasional, serta kepraktisan penggunaannya dibandingkan dengan kendaraan bermotor konvensional (Gani, 2023). Kegunaan yang dirasakan menggambarkan seberapa besar konsumen percaya bahwa inovasi seperti kendaraan listrik dapat meningkatkan efisiensi perjalanan mereka, jika individu berasumsi bahwa teknologi bermanfaat, maka mereka akan menggunakannya (Shanmugavel & Micheal, 2022).

Menurut Syaharani dan Yasa (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada seberapa mudah konsumen menganggap suatu sistem mudah digunakan. Konsumen cenderung tertarik pada produk yang memberikan nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari. Pada sepeda listrik nilai tersebut dapat berupa biaya kemudahan penggunaan, serta fitur-fitur kendaraan

yang memudahkan aktivitas harian (Nurfadlilah et al., 2024). Selain itu, persepsi kegunaan juga berperan dalam membentuk sikap positif terhadap sepeda listrik. Konsumen yang sadar akan manfaat beton dari sepeda listrik cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk mengadopsi inovasi ini dalam rutinitas mereka. Dengan demikian, persepsi kegunaan dapat menjadi salah satu faktor kunci yang menjelaskan mengapa konsumen memilih sepeda listrik dibandingkan moda transportasi lain, karena persepsi ini memberikan harapan bahwa teknologi tersebut akan memberikan nilai tambah dan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Lebih jauh lagi, persepsi kegunaan juga mempengaruhi niat membeli sepeda listrik, dimana semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin kuat pula niat konsumen untuk memiliki dan menggunakan sepeda listrik tersebut. Oleh karena itu pemahaman yang baik mengenai persepsi kegunaan sangat penting dalam pengembangan produk sepeda listrik agar dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen secara optimal (Venkatesh & Bala, 2008). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sudaryan et al. (2023) *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Selanjutnya menurut Utari dan Yasa (2023) *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Fenomena di Matang Glumpang Dua, Kabupaten Bireuen menunjukkan kondisi yang menarik. Masyarakat di wilayah ini sebenarnya sudah mengetahui keberadaan sepeda listrik, bahkan sebagian sudah ada yang membeli dan menggunakannya. Namun, jumlah pengguna tersebut masih relatif sedikit jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang berpotensi menjadi pengguna

sepeda listrik. Sebagian besar masyarakat masih berada pada tahap awal pembentukan niat beli, yang terlihat dari kecenderungan mereka untuk hanya menanyakan harga atau mencari informasi mengenai produk tanpa langsung memutuskan membeli.

Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara kesadaran masyarakat mengenai sepeda listrik dengan niat beli yang sesungguhnya. Padahal, secara karakteristik, sepeda listrik relevan dengan kebutuhan masyarakat seperti praktis, hemat biaya, dan mudah digunakan. Fakta bahwa pemahaman masyarakat tentang sepeda listrik belum sepenuhnya berkembang menjadi niat untuk membeli inilah yang membuat fenomena ini penting untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu penelitian ini berfokus pada tiga variabel utama, yaitu *perceived risk*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, untuk melihat sejauh mana ketiganya berperan dalam membentuk niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua, Kabupaten Bireuen. Dengan demikian alasan penulis memilih judul "Pengaruh *Perceived Risk*, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Niat Beli Sepeda Listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen?
3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap niat beli sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber informasi dan meningkatkan pengembangan untuk penelitian yang akan datang.

2. Temuan dari penelitian ini juga diinginkan untuk menjadi acuan bagi mahasiswa, terutama yang mengambil jurusan manajemen, guna memperluas pengetahuan serta wawasan, dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti yang akan datang, semoga bisa meningkatkan pemahaman dan pengertian ketika menerapkan teori-teori yang dipelajari di kelas dalam kehidupan sehari-hari.
2. Informasi ini diharapkan dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan tingkat adopsi sepeda listrik di Matang Glumpang Dua Kabupaten Bireuen.