
MODEL PERILAKU PENGENDARA SEPEDA DI KOTA BANDUNG BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

BICYCLE COMMUTING BEHAVIOR MODEL IN BANDUNG BASED ON THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

Kania Widyatami, Ratih Hurriyati, Lili Adi Wibowo
Email: kaniawidyatami@gmail.com, ratih@upi.edu, liliadiwibowo@upi.edu

ABSTRAK

Tingginya jumlah penggunaan kendaraan bermotor pribadi di Kota Bandung telah menyebabkan berbagai masalah di kota ini. Mengembalikan budaya bersepeda di masyarakat merupakan solusi paling mudah dan murah untuk mengatasi masalah tersebut. Berbagai promosi telah mulai dilakukan oleh berbagai pihak untuk mendorong masyarakat mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengoptimalkan berpergian dengan sepeda dapat membantu kegiatan promosi ini. Penelitian ini mengkaji Theory of Planned Behavior (TPB) untuk mengeksplorasi dampak sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada 228 pengendara sepeda di Bandung. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua komponen TPB memiliki pengaruh positif terhadap niat. Sejumlah implikasi yang dapat dimanfaatkan dalam perancangan promosi pengoptimalan berpergian dengan sepeda dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Niat; Perilaku Konsumen; Sepeda; *Theory of Planned Behavior*; Transportasi Berkelanjutan.

ABSTRACT

The high number of private motor vehicle use in Bandung has caused various issues in the city. Restoring cycling culture in the community is the easiest and cheapest solution to overcome those problems. Various promotions have been initiated to encourage people to cycle. Understanding the factors that influence people's intention to travel by bike can help these promotions. This study deploys Theory of Planned Behavior (TPB) to explore the impact of attitudes, subjective norms, and behavioral control on people's intention to cycle. The data was collected from 140 cyclists in Bandung through self-administered questionnaires. Results of the study show that all TPB components positively impact people's intentions to bike. Practical implications that can help in designing cycling promotion interventions are discussed.

Keywords: *Bicycles; Consumer Behavior; Intention; Sustainable Transportation; Theory of Planned Behavior.*

Pendahuluan

Selama dekade terakhir, semakin banyak daerah perkotaan di seluruh dunia yang mulai menghadapi masalah transportasi (French Agency for Development, 2014). Dibalik perannya sebagai elemen kunci yang mendorong perkembangan ekonomi dan sosial (French Agency for Development, 2014), transportasi dan mobilitas menghadirkan tantangan yang besar, terutama berupa dampak-dampak buruk akibat banyaknya jumlah penggunaan kendaraan bermotor pribadi (Mundorf, dkk. 2018). Kebisingan, kemacetan, polusi, dan masalah kesehatan akibat gaya hidup yang pasif menjadi harga yang harus dibayar dari kepraktisan penggunaan moda kendaraan tersebut (Olsson, Huck & Friman, 2018).

Masalah mobilitas akibat tingginya penggunaan kendaraan bermotor ini terutama terlihat di kota-kota dengan perkembangan aglomerasi yang cepat, termasuk Kota Bandung (French Agency for Development, 2014). Ledakan jumlah kendaraan bermotor telah menjadi pemicu berbagai masalah di kota ini (Dinas Perhubungan Kota Bandung, 2016). Kemacetan, misalnya, terjadi karena penambahan ruas jalan sebesar 1,29% per tahun tidak sebanding dengan penambahan jumlah kendaraan bermotor yang mencapai 9,34% per tahun (Dinas Perhubungan Kota Bandung, 2016). Kemacetan di Kota Bandung telah menyebabkan kerugian finansial sebesar ± Rp. 4,63 triliun per tahun dan berdampak buruk pada kesehatan fisik dan psikis masyarakat (Dinas Perhubungan Kota Bandung, 2016). Selain itu, pada aspek lingkungan, banyaknya penggunaan kendaraan bermotor di Bandung telah mengontribusi lebih dari 66,34% emisi gas buang Kota Bandung dan memperburuk masalah polusi di kota ini. Banyaknya pemakaian kendaraan bermotor pun telah menyebabkan peningkatan kecelakaan lalu lintas sebesar 22,37% per tahun (Dinas Perhubungan Kota Bandung, 2016).

Mengembalikan budaya bersepeda di masyarakat merupakan solusi paling mudah dan murah untuk mengatasi masalah mobilitas di Bandung. Karakter murah sepeda tentu bukan hanya karena harganya yang jauh di bawah kendaraan bermotor, melainkan juga karena tidak memerlukan bahan bakar. Sepeda juga dinilai mudah karena tidak membutuhkan ruang yang luas sehingga pemerintah tidak perlu membangun ruas-ruas jalan yang lebar. Selain itu, pada aspek kesehatan, sepeda memiliki dampak baik seperti dapat berfungsi sebagai alat olah raga dan tidak mengeluarkan polusi, baik polusi udara maupun polusi suara (Dinas Perhubungan Kota Bandung, 2016).

Berbagai promosi untuk mengembalikan budaya bersepeda telah mulai dilakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Bandung maupun komunitas-komunitas sepeda di Kota Bandung. Namun, agar dapat berhasil, promosi yang dilakukan perlu dilengkapi dengan pemahaman mengenai perilaku konsumen, termasuk mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Hal ini dikarenakan niat merupakan prediktor utama terrealisasi atau tidaknya perilaku seseorang (Ajzen, 2012).

Pemahaman mengenai niat diantaranya dapat diperoleh dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2012). *Theory of Planned Behavior* (selanjutnya disebut TPB) merupakan teori yang banyak menerima perhatian dalam literatur dan diajukan oleh Ajzen (2012). Ajzen (2012) berargumen bahwa perilaku manusia tidak terjadi secara otomatis melainkan didasari niat yang sebelumnya muncul sebagai hasil dari berbagai pertimbangan yang dilakukan seseorang (Ajzen, 2012). Lebih jauh, Ajzen (2012) menyatakan bahwa niat dipengaruhi oleh tiga penentu dasar yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku (*behavior control*).

Penggunaan TPB untuk memahami perilaku perjalanan bersepeda telah tercatat dalam berbagai penelitian (Milkovic & Štambuk, 2015; Zainuddin, dkk., 2016; Acheampong, 2017). Penelitian-penelitian tersebut telah menunjukkan pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat untuk berpergian dengan sepeda. Oleh karena itu, TPB dipakai dalam penelitian ini dengan harapan dapat memberikan manfaat dalam perancangan promosi budaya bersepeda di Kota Bandung di masa yang akan datang.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak komponen-komponen TPB terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Secara spesifik, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: 1) adakah pengaruh sikap terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda?; 2) adakah pengaruh norma subjektif terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda?; 3) adakah pengaruh kontrol perilaku terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda? Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijawab melalui pembagian kuesioner kepada pengendara sepeda di Kota Bandung untuk memahami dampak masing-masing komponen TPB terhadap niat mereka untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.

Kajian Literatur

Perilaku Konsumen

Konsumen merupakan titik sentral pemasaran sehingga studi mengenai perilaku konsumen merupakan hal yang esensial dalam manajemen pemasaran (Saladin, 2005). Pentingnya pemahaman mengenai konsumen mendorong *The Marketing Science Institute* (2018) menjadikan perilaku konsumen sebagai prioritas utama penelitian pemasaran tahun 2018-2020. Lebih lanjut, organisasi tersebut menjadikan proses pengambilan keputusan konsumen sebagai prioritas pada studi perilaku konsumen (*Marketing Science Institute*, 2018).

Niat

Schiffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa niat berperan sebagai motivasi atau kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa individu tersebut untuk melakukan tindakan. Bila seseorang memiliki motivasi yang tinggi terhadap objek tertentu, orang tersebut akan berperilaku untuk menguasai objek tersebut. Sebaliknya, bila motivasinya rendah, maka orang tersebut akan menghindari objek yang bersangkutan. Dalam pemasaran, gagasan tersebut berarti niat dapat memprediksi kemungkinan seseorang untuk menerima atau menolak penawaran pemasar.

Niat merupakan prediktor utama terealisasi atau tidaknya perilaku seseorang (Ajzen, 2012). Hubungan yang stabil antara niat dan perilaku telah banyak dibuktikan dalam berbagai penelitian (Kai & Haokai, 2016). Meta-analisis penelitian dalam berbagai domain perilaku telah melaporkan korelasi rata-rata niat-perilaku sebesar 0,44 hingga 0,62 (Ajzen, 2012). Oleh karena itu, pemahaman mengenai niat dapat membantu pemasar untuk memahami perilaku konsumen. Pemahaman mengenai niat diantaranya dapat diperoleh melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2015).

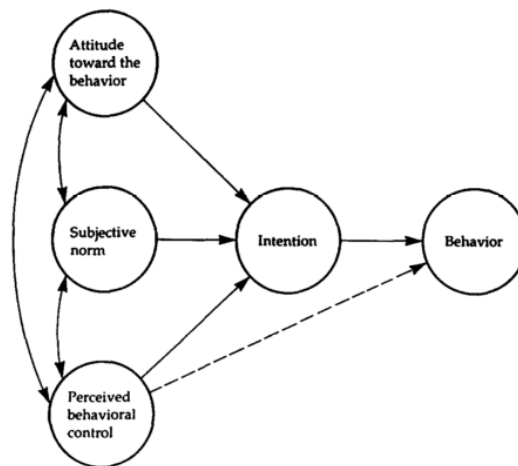
Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (selanjutnya disebut TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang sebelumnya mengembangkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) untuk memahami perilaku individu khususnya mengenai niat seseorang untuk melakukan sesuatu (Ramdhani, 2011). Sejalan dengan TRA, faktor utama yang

mendasari pengembangan TPB adalah gagasan bahwa perilaku seseorang didasari pada niat atau keinginan yang sebelumnya muncul sebagai hasil dari berbagai pertimbangan yang dilakukan seseorang (Ajzen, 2012). Sebagai aturan umum, semakin kuat niat seseorang untuk melakukan sesuatu, semakin besar pula kemungkinan orang tersebut untuk merealisasikan perilaku yang dimaksud (Ajzen, 1991).

Ajzen (2012) menyatakan bahwa niat dipengaruhi oleh tiga penentu dasar yaitu sikap (*attitude*) yang berhubungan dengan perasaan positif atau negatif seseorang akan perilaku tertentu; norma subjektif (*subjective norm*) yang merupakan persepsi seseorang mengenai pendapat orang-orang yang penting baginya mengenai suatu perilaku; dan kontrol perilaku (*behavior control*) yang berkaitan dengan persepsi individu mengenai mudah tidaknya merealisasikan perilaku tersebut.

Secara keseluruhan, TPB mengikuti interpretasi bahwa semakin positif sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan seseorang terhadap suatu perilaku, semakin tinggi pula niat seseorang untuk merealisasikan perilaku tersebut (Groth, Buchauer, & Schlögl, 2018). Hubungan antara sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan niat dapat dilihat pada Gambar 1.

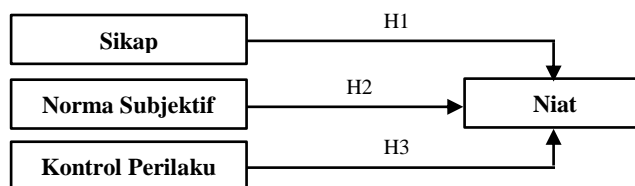


Sumber: Ajzen (1991)

Gambar 1. Hubungan Dimensi dalam TPB

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan, diperoleh kerangka pemikiran pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis berikut:

- H1 : sikap berpengaruh positif terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda
- H2 : norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda
- H3 : kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda

Metode Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pembagian kuesioner yang dikembangkan berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Kuesioner ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai informasi demografis responden sementara bagian kedua berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan niat responden yang berjumlah 21 pertanyaan yang terangkum pada Tabel 1. Pengukuran variabel-variabel dalam kuesioner ini dilakukan menggunakan Skala Likert 1 (satu) sampai dengan 5 (lima), mulai dari sangat setuju (5) hingga sangat tidak setuju (1). Pengujian hipotesis kemudian dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS 21 for Windows*.

Keandalan kuesioner pada penelitian ini diuji dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha*. Instrumen penelitian dinyatakan andal apabila koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70. Berdasarkan studi percontohan pada 30 responden, didapatkan bahwa koefisien Cronbach Alpha masing-masing variabel pada penelitian ini diatas 0,70 dengan reliabilitas terendah pada variabel norma subjektif (0,877) dan reliabilitas tertinggi pada variabel niat (0,930).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengendara sepeda di Kota Bandung. Kuesioner dibagikan tanpa memandang jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan responden. Berdasarkan wawancara dengan pihak Dinas Perhubungan Kota Bandung didapatkan bahwa belum terdapat cara untuk mendata jumlah pengendara sepeda di Kota Bandung sehingga jumlah populasi tidak diketahui.

Malhotra (2013) dalam Zulganef (2018) menyatakan bahwa penetapan ukuran sampel minimal untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya dilakukan dengan cara mengalikan jumlah variabel indikator (item pertanyaan dalam kuesioner) dengan angka 5. Dengan demikian, jumlah sampel yang mewakili pada penelitian ini adalah: 21 indikator x 5 = 105 responden. Dari hasil penyebaran kuesioner, terdapat 228 responden yang memenuhi kriteria. Jumlah tersebut melebihi jumlah minimal sampel sehingga telah memenuhi syarat ukuran sampel minimum.

Tabel 1
Kuesioner Penelitian

Konstruk	Pernyataan
Sikap	<p>AT1: Mengoptimalkan bersepeda dalam berpergian merupakan hal yang baik.</p> <p>AT2: Mengoptimalkan bersepeda dalam berpergian merupakan hal yang bermanfaat.</p> <p>AT3: Pada umumnya, saya lebih memilih bersepeda dibandingkan menggunakan kendaraan bermotor pribadi.</p> <p>AT4: Saya merasa nyaman mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>AT5: Saya menikmati mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p>
Norma Subjektif	<p>SN1: Orang-orang di sekitar saya memiliki pandangan positif mengenai pengoptimalan berpergian dengan sepeda.</p> <p>SN2: Orang-orang di sekitar saya setuju bila saya mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>SN3: Orang-orang di sekitar saya menganjurkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>SN4: Orang-orang di sekitar saya menginginkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>SN5: Banyak orang di sekitar saya yang mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p>
Kontrol Perilaku	<p>BC1: Mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang mudah.</p> <p>BC2: Mengoptimalkan berpergian dengan sepeda adalah hal yang mungkin dilakukan.</p> <p>BC3: Saya percaya diri bila saya bisa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BC4: Lingkungan saya (misal: keadaan jalan) memungkinkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BC5: Keadaan saya (misal: kepemilikan sepeda, waktu, jarak berpergian, dll) memungkinkan saya untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BC6: Pengoptimalan berpergian dengan sepeda bergantung pada kemauan saya.</p>
Niat	<p>BI1: Saya ingin mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BI2: Saya berencana untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BI3: Saya bertekad untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BI4: Saya akan mencoba mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p> <p>BI5: Saya berniat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.</p>

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2019

Hasil dan Pembahasan

Profil Responden

Untuk mengetahui profil demografi para responden, peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan informasi personal responden. Berdasarkan data yang diperoleh, tercatat bahwa 77,2% responden berjenis kelamin laki-laki dan 22,8% berjenis kelamin perempuan. Mayoritas responden telah menikah (53,8%), memiliki pendidikan terakhir S1 (29,2%), bekerja sebagai pegawai swasta (30,5%), dan berpenghasilan Rp.2.500.000 - Rp. 5.000.000 (39,8%). Berkenaan dengan kepemilikan kendaraan bermotor pribadi, sebanyak 28,4% responden memiliki mobil dan 58,4% responden memiliki motor.

Analisis Regresi

Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat responden untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, didapatkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh sebesar 54% terhadap niat. Uji ANOVA pada penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat ($p = 0,000$). Koefisien regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki dampak positif terhadap niat. Variabel sikap dan kontrol perilaku tercatat memiliki dampak yang signifikan ($p = 0,000$) sementara variabel norma subjektif memiliki dampak yang tidak signifikan ($p = 0,621$). Kontrol perilaku tercatat memiliki pengaruh terbesar ($r = 0,425$), diikuti dengan sikap ($r = 0,412$) dan norma subjektif ($r = 0,154$).

Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, didapatkan bahwa setiap komponen dari TPB secara simultan menjelaskan 54% variabel niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian lain yang menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dapat digunakan untuk memprediksi niat seseorang untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda (Milkovic & Štambuk, 2015; Zainuddin *et al.*, 2016; Acheampong, 2017).

Kontrol perilaku tercatat memiliki pengaruh terbesar dalam penelitian ini. Walaupun berbeda dengan beberapa penelitian yang mencatat sikap sebagai variabel dengan pengaruh terbesar (Milkovic & Štambuk, 2015; Zainuddin, dkk. 2016), temuan ini sejalan dengan kebanyakan penelitian mengenai TPB (Acheampong, 2017). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Acheampong (2017), temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keyakinan seseorang bahwa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang mudah dan bahwa mereka memiliki dukungan sumber daya dan kemampuan untuk melakukannya memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.

Sikap tercatat memiliki pengaruh terbesar kedua terhadap niat dalam penelitian ini. Pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat. Hal ini berarti perasaan positif yang muncul sebagai hasil pertimbangan seseorang mengenai manfaat bersepeda memiliki dampak positif terhadap niat orang tersebut untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Misalnya saja, bila seseorang merasa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang bermanfaat dan menyenangkan, orang tersebut cenderung memiliki niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.

Norma subjektif merupakan prediktor terlemah niat seseorang untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian lain (Milkovic & Štambuk, 2015; Zainuddin, dkk., 2016). Milkovic & Štambuk (2015) menyatakan bahwa mengoptimalkan berpergian dengan sepeda membutuhkan investasi besar yang bersifat personal (pembelian sepeda, upaya fisik, ketersediaan waktu, dll) sehingga masuk akal bila sikap positif dan keyakinan tentang kemampuan seseorang untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda memiliki dampak yang lebih besar terhadap niat orang tersebut dibandingkan dengan pendapat orang sekitar.

Simpulan dan Saran

Temuan-temuan dalam penelitian ini memiliki sejumlah implikasi yang dapat dimanfaatkan dalam perancangan promosi pengoptimalan berpergian dengan sepeda. Hubungan positif yang signifikan antara kontrol perilaku dengan niat, misalnya, memberikan petunjuk bahwa promosi yang dilakukan perlu meningkatkan keyakinan masyarakat bahwa pengoptimalan berpergian dengan sepeda merupakan hal yang tidak sulit dilakukan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengkomunikasikan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan bersepeda, memberikan dorongan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri masyarakat, maupun memberikan informasi-informasi dan saran yang dapat memudahkan calon pengendara sepeda untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda. Selain itu, hubungan positif yang signifikan antara sikap dengan niat memberikan petunjuk bahwa promosi yang dilakukan perlu menciptakan kesadaran di kalangan masyarakat mengenai sisi positif berpergian dengan sepeda, misalnya dengan menyampaikan manfaat bersepeda bagi lingkungan dan kesehatan maupun mengkomunikasikan bahwa bersepeda merupakan kegiatan yang menyenangkan.

Penelitian lebih lanjut dapat menghubungkan komponen-komponen TPB dengan usaha promosi yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik. Misalnya saja dengan menelaah dampak promosi budaya bersepeda melalui media sosial yang telah dilakukan berbagai pihak terhadap sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan niat untuk mengoptimalkan berpergian dengan sepeda.

Daftar Pustaka

- Acheampong, R. A. (2017) 'Towards Sustainable Urban Transportation in Ghana : Exploring Adults ' Intention to Adopt Cycling to Work Using Theory of Planned Behaviour and Structural Equation Modelling', *Transportation in Developing Economies*. Springer International Publishing, 3(2), pp. 1–11. doi: 10.1007/s40890-017-0047-8.
- Ajzen, I. (1991) 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Ajzen, I. (2012) 'The theory of planned behavior', in Lange, P. A. M., Kruglanski, A. W., and Higgins, E. T. (eds) *Handbook of Theories of Social Psychology*. 1st edn. London, UK: Sage, pp. 438–459. doi: 10.4135/9781446249215.n22.
- Dinas Perhubungan Kota Bandung (2016) *Bandung Urban Mobility Project*. Bandung.
- French Agency for Development (2014) 'Finding Urban Transport Solutions: The Challenges of Financing and Integration of Networks', in *Finding Urban Transport Solutions: The Challenges of Financing and Integration of Networks*. Bandung: DVDH - Des Villes et Des Hommes.
- Groth, A., Buchauer, R. and Schlögl, S. (2018) 'Influence of Social Media Engagement on Sustainable Mobility Behavior in Alpine Regions', *Information and Communication*

-
- Technologies in Tourism*. Edited by B. Stangl and J. Pesonen. Jönköping: Springer International Publishing AG 2018, pp. 186–199.
- Kai, C. and Haokai, L. (2016) ‘Factors affecting consumers’ green commuting’, *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 12(3), pp. 527–538. doi: 10.12973/iser.2016.2001a.
- Marketing Science Institute (2018) *Research priorities 2018-2020*. Cambridge.
- Milkovic, M. and Štambuk, M. (2015) ‘To bike or not to bike? application of the theory of planned behavior in predicting bicycle commuting among students in Zagreb’, *Psihologijske Teme*, 24(2), pp. 187–205. doi: 10.1109/SERVICES.2007.63.
- Mundorf, N., Redding, C. A. and Bao, S. (2018) ‘Sustainable Transportation and Health’, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15. doi: 10.3390/ijerph15030542.
- Olsson, L. E., Huck, J. and Friman, M. (2018) ‘Intention for Car Use Reduction: Applying a Stage-Based Model’, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(2), pp. 216–230. doi: 10.3390/ijerph15020216.
- Ramdhani, N. (2011) ‘Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior’, *Buletin Psikologi*, 19(2), pp. 55–69. doi: 10.22146/bpsi.11557.
- Saladin, D. (2005) *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Bandung: Agung Ilmu.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007) *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedu. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Zainuddin, N. bin *et al.* (2016) ‘Sustainable Transportation Scheme in University: Students’ Intention on Bike Sharing System: an Empirical Approach’, *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 2(4), pp. 144–163.
- Zulganef (2018) *Metode Penelitian Sosial & Bisnis*. Edisi 2. Yogyakarta: Expert.