

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri otomotif menjadi salah satu sektor yang cukup berkontribusi pada perkembangan ekonomi di Indonesia. (BPS, 2022) Badan Pusat Statistik telah mencatat perkembangan ekonomi Indonesia sebesar 5,72 persen *year-on-year* pada kuartal III-2022 yang didukung oleh kontribusi 5 sektor terbesar seperti industri, pertambangan, pertanian, perdagangan, hingga konstruksi. Data tersebut diperlihatkan pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Triwulan III 2022

Sumber: BPS (2022)

Menurut Margo Yuwono pada kuartal III-2022 sektor industri telah berkontribusi 17,88 persen. Kemudian untuk sektor selanjutnya pertambangan sebesar 13,47 persen, pertanian 12,91 persen, dan perdagangan 12,74 persen, dan konstruksi 9,45 persen. Meski demikian jika dilihat melalui pertumbuhan kelima sektor usaha tersebut justru tidak tumbuh secara signifikan. Pada sektor transportasi dan pergudangan tumbuh 25,81 persen pertahun nya sehingga menjadi salah satu kontribusi terbesar, sedangkan sektor akomodasi serta makan minum berkembang

17,83 persen. Menurut Margo Yuwono hal ini terjadi karena adanya dorongan akibat peningkatan dari mobilitas oleh masyarakat.

Menurut Rodrigue et al., (2020) mobilitas dapat didefinisikan sebagai suatu pergerakan atau pemindahan pada barang dan individu tertentu dari satu tempat ke tempat lain yang berbeda yang terpengaruh beberapa faktor seperti teknologi, pembangunan, dan aturan mengenai alat transportasi.

Tabel 1.1 Data Peringkat Produksi Kendaraan 2022

Peringkat	Negara	Jumlah
1.	China	27.020.615 unit
2.	Amerika Serikat	10.060.339 unit
3.	Jepang	7.835.519 unit
4.	India	5.456.857 unit
5.	Korea Selatan	3.757.049 unit
6.	Jerman	3.677.820 unit
7.	Meksiko	3.509.072 unit
8.	Brasil	2.369.769 unit
9.	Spanyol	2.219.462 unit
10.	Thailand	1.883.515 unit
11.	Indonesia	1.470.146 unit

Sumber: oto.detik.com, 2022

Menurut Ketua Umum Gaikindo, Yohannes Nangoi menyatakan di Indonesia industri otomotif terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pertumbuhan kendaraan tahun 2022 telah mengalami peningkatan sebesar 18 persen dibandingkan tahun sebelumnya, dan secara global Indonesia juga menduduki peringkat ke-11 dalam produksi kendaraan bermotor. Dia juga menambahkan bahwa pendekatan melalui Kementerian Perindustrian kepada prinsipal merek, pada industri otomotif Indonesia mencapai kenaikan dalam ekspor nya hingga 60 persen pada tahun sebelumnya, dengan angka lebih dari 470.000 unit dengan 93 negara yang dituju (oto.detik.com, 2023).

Dengan adanya kemajuan teknologi secara pesat ikut berdampak pada inovasi elektrifikasi kendaraan bermobil, yang akan memberikan dampak secara signifikan pada perbaikan kualitas udara. McKinsey & Company (2020) menjelaskan *electric vehicle* sebagai kendaraan yang dapat bergerak dengan mengandalkan motor listrik, melalui sumber energi yang tersimpan pada baterai atau pada *full cell*. Kendaraan ini dapat menggunakan energi dari listrik untuk menggantikan bahan bakar fosil yang tentunya hal ini akan lebih bersih dan mengurangi efek dari emisi gas rumah kaca.

Menurut *International Energy Agency (IEA)* pada *CO2 Emissions from Fuel Combustion* (2019) emisi karbon dioksida adalah salah satu penyumbang terbesar pada perubahan iklim, yang mana dua pertiga emisi ini berasal dari sektor transportasi. Maka (IEA) menyarankan untuk efisiensi bahan bakar agar bisa meningkatkan efisiensi pada penggunaan energi pada kendaraan dan mengurangi statistik emisi pembakaran bahan bakar.

Menurut (otomotif.kompas.com, 2021) United Nation Environment Programme (UNEP) juga menyatakan sebesar 6,5 juta orang meninggal akibat buruknya kualitas udara, dan dari angka tersebut 70 persen kasus kematian telah terjadi di Asia Pasifik. Pada tahun 2020 Kota Tangerang Selatan sendiri menduduki posisi urutan ke 25 sebagai kota yang memiliki kualitas udara terburuk di dunia.

Terjadinya pencemaran udara yang terjadi ini sebagian besar disebabkan oleh gas buang yang dihasilkan kendaraan bermotor berbahan bakar fosil, yang dapat berdampak hingga 70 persen pada pencemaran kualitas udara. Sejalan dengan kondisi keadaan yang kian memburuk ini penggunaan kendaraan bermobil elektrifikasi merupakan hal yang tepat untuk dilakukan karena akan cukup berdampak pada penurunan emisi gas buang (otomotif.kompas.com, 2021).

Menurut (otomotif.kompas.com, 2024) Kendaraan HEV dapat menekan gas CO₂ hingga 49 persen, sedangkan PHEV sebesar 58 persen dan BEV hingga 67 persen, yang mana ketiga opsi tersebut dapat menjadi suatu solusi dari masalah pencemaran udara yang terjadi.

Dalam penelitian skripsi ini terdapat empat variabel independen dan satu variabel dependen yang akan diteliti. Keempat variabel independen itu adalah *green purchase attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, *environmental knowledge*. Sedangkan variabel dependennya adalah *purchase intention* pada kendaraan bermobil PHEV.

Pada konteks penelitian ini penerapan variabel *green purchase attitude* Chin et al., (2019) bahwa *green purchase attitude* ditekankan pada pentingnya mendidik konsumen mengenai aspek keberlanjutan dan hubungannya pada pembelian secara ramah lingkungan. Disimpulkan bahwa dengan adanya pengaruh dan informasi mengenai pencemaran yang ditimbulkan oleh emisi kendaraan bermotor, dan adanya solusi dengan menggunakan kendaraan hibrida maka sesuai dengan pernyataan Alzahrani et al., (2019) menghubungkan hal ini pada penggunaan kendaraan hibrida yang yang menentukan sikap mereka yang positif dengan perilaku pembelian kendaraan tersebut.

Pada variabel *subjective norms* Ajzen (2020) menjelaskan mengenai *subjective norms* sebagai persepsi seseorang tentang tekanan secara sosial dari orang penting dalam kehidupan mereka yang akan memberi pengaruh pada keputusan dalam melakukan atau tidak tindakan tertentu. Sesuai dengan fenomena yang terjadi pada penelitian ini White & Sintov (2017) pada niat untuk membeli kendaraan bermobil hibrida, orang akan merasa terdorong untuk memutuskan membeli saat merasa bahwa lingkungan sekitar mereka beralih pada kendaraan bermobil hibrida yang lebih hemat emisi dan ramah lingkungan. Lim et al., (2019) sesuai dengan pernyataan sebelumnya bahwa pengaruh akan dipicu saat orang sekitar membagikan pandangan satu sama lain akan hal yang sama, dalam hal ini pembelian mobil hibrida. Sama halnya dengan sudut pandang dari Wang et al., (2016) bahwa semakin besarnya tekanan secara sosial yang ada maka kemungkinan terpengaruh beralih pada kendaraan hibrida juga makin besar.

Selanjutnya *perceived behavioural control* dipahami sebagai, akan sejauh mana individu akan merasa bahwa dirinya mempunyai kontrol akan dirinya sendiri untuk tindakannya. Hal ini juga didasarkan kemampuan diri dan sumber daya yang

dimiliki dan tersedia (Karimi & Mohammadimehr, 2022). Mengutip Adnan et al., (2017) pada konteks penelitian ini niat pada pembelian kendaraan bermobil hibrida maka *perceived behavioral control* berhubungan dengan apakah seseorang dapat membeli kendaraan ini berdasarkan kemampuan keuangan mereka. Lalu menurut Hong et al., (2013) adanya hal positif lain dapat mendukung pembelian kendaraan bermobil hibrida, sebagai contoh adalah potongan harga atau bebas pajak yang diberikan pemerintah.

Pada variabel *environmental knowledge* menurut Zhang & Zhao (2019) merupakan pengetahuan berisi informasi, fakta, pengertian seseorang pada fenomena atau isu lingkungan, ekosistem dan juga hubungannya dengan perilaku oleh manusia pada lingkungan. Sejalan dengan pendapat Mohiuddin et al., (2018) adanya niat pembelian kendaraan hibrida akan mengalami peningkatan, seiring makin luasnya pengetahuan seseorang dalam hal ini adalah peran meningkatkan kesadaran seseorang akan kepedulian lingkungan. Sesuai dengan Lin & Niu (2018) menyebutkan bahwa keputusan seseorang yang mengedepankan kepedulian pada lingkungan juga bergantung pada pengetahuan seseorang akan kesejahteraan lingkungan, dalam hal ini akan membantu mendorong *purchase intention* pada kendaraan hibrida.

Maka dari itu penelitian ini akan relevan dengan kondisi persaingan dan penjualan kendaraan bermobil elektrik di Indonesia. Untuk memberikan respon atas kepedulian lingkungan dan kemajuan teknologi yang membawa dampak positif bagi dunia otomotif. Menurut (otomotif.kompas.com, 2022) sekarang ini sudah terdapat 4 jenis pilihan kendaraan elektrik yang beredar di pasar yaitu, *Hybrid Electric Vehicle* (HEV), *Plug-In Hybrid Electric Vehicle* (PHEV), *Battery Electric Vehicle* (BEV), dan *Fuel Cell Electric Vehicle* (FCEV) yang dapat dijelaskan perbedaannya sebagai berikut:

1. *Hybrid Electric Vehicle* (HEV)

Mengutip dari AFDC kendaraan bermobil HEV digerakkan melalui tenaga dari *internal combustion engine* (ICE) satu ataupun lebih, lalu energi yang digunakan ini akan disimpan pada baterai mobil. Daya listrik pada

kendaraan HEV didapatkan melalui pengereman secara regeneratif dan pembakaran mesin secara internal. Contoh kendaraan mobil HEV adalah Innova Zenix HEV pada gambar 1.2 dan Corolla Cross HEV pada gambar 1.3 dibawah ini.



Gambar 1.2 Innova Zenix HEV

Sumber: auto2000.co.id



Gambar 1.3 Corolla Cross HEV

Sumber: bali.tribunnews

2. *Plug-In Hybrid Electric Vehicle (PHEV)*

Kendaraan bermobil PHEV dapat bergerak dengan menggunakan bensin dan juga baterai yang akan memberikan daya listrik pada system ICE, perbedaannya dengan kendaraan HEV adalah mobil PHEV memerlukan pengisian daya melalui alat pengecasan dan juga bensin. Namun keuntungan yang didapat pada kendaraan PHEV adalah kapasitas baterai yang lebih besar. Contoh kendaraan PHEV adalah Lexus RX 450h+ Luxury pada gambar 1.4 dan All New RAV4 GR Sport PHEV pada gambar 1.5 dibawah ini.



Gambar 1.4 Lexus RX 450H+ Luxury
 Sumber: otomotif.bisnis.com



Gambar 1.5 All New Toyota RAV 4 GR Sport PHEV
 Sumber: autonetmagz.com

3. *Battery Electric Vehicle* (BEV)

Mobil BEV atau *Battery Electric Vehicle* dapat melaju dengan penggunaan motor listrik secara utuh tanpa adanya mesin bensin. Baterai yang digunakan pada kendaraan ini lebih besar dan pengisian daya hanya bisa dilakukan dengan alat pengisian daya khusus seperti *home charging* atau SPKLU. Beberapa kendaraan berjenis HEV misalnya Hyundai Ioniq 5 pada gambar 1.6 dan Nissan Leaf pada gambar 1.7 dibawah ini.



Gambar 1.6 Hyundai Ioniq 5

Sumber: oto.detik



Gambar 1.7 Nissan Leaf

Sumber: autonetmagz.com

4. *Fuel Cell Electric Vehicle* (FCEV)

Kendaraan jenis FCEV merupakan termasuk jenis kendaraan yang baru dan masih jarang di produksi oleh pabrik otomotif. Kendaraan bermobil FCEV digerakkan dengan energi dari hydrogen dan baterai, umumnya kendaraan FCEV terkini menggunakan baterai untuk menyimpan energi dari pengereman seperti kendaraan HEV. Besar energi kendaraan FCEV tergantung dari kapasitas tangki hidrogennya, tidak seperti BEV yang mana kapasitas daya nya tergantung ukuran baterai yang digunakan. Contoh kendaraan berjenis FCEV adalah Honda FCX Clarity pada gambar 1.8 dan Hyundai ix35 FVEC pada gambar 1.9 dibawah ini.



Gambar 1.8 Honda FCX Clarity

Sumber: global.honda



Gambar 1.9 Hyundai ix35 FVEC

Sumber: automobilesreview.com

Dari penjelasan mengenai empat jenis kendaraan listrik diatas, jenis kendaraan listrik yang sudah masuk di pasar Indonesia sekarang ini adalah kendaraan jenis *Hybrid Electric Vehicle* (HEV), *Plug-In Hybrid Electric Vehicle* (PHEV), dan juga *Battery Electric Vehicle* (BEV). Namun untuk jenis kendaraan *Fuel Cell Electric Vehicle* (FCEV) belum dijual secara massal layaknya jenis kendaraan elektrik diatas. Akan tetapi pemerintah sudah terbuka dan menyiapkan penerapan elektrifikasi kendaraan jenis FCEV. Hal ini telah diatur dalam Permenperin (Peraturan Menteri Perindustrian) Nomor 29 Tahun 2023 (katadata.co.id, 2024).

Tabel 1.2 Penjualan Kendaraan Bermobil Listrik Berdasarkan Jenis (Unit) Tahun 2021-2023

Jenis Kendaraan Bermobil Listrik	Penjualan Kendaraan Bermobil Listrik Berdasarkan Jenis (Unit)			Total Jenis
	2021	2022	2023 (Jan- Sept)	
HEV	2.472	10.344	54.179	66.995
PHEV	35	10	81	126
BEV	687	10.327	17.051	28.065
Total Keseluruhan	3.194	20.681	71.311	

Sumber: Gaikindo (2023)

Meskipun terdapat ketiga jenis kendaraan bermobil elektrifikasi yang mendominasi, salah satu dari tipe yang kurang diminati di Indonesia adalah *Plug-In Hybrid Electric Vehicle* (PHEV). Penjualan kendaraan bertipe PHEV sangat sedikit jika dibandingkan dengan HEV dan BEV. Dapat kita lihat pada tabel 1.1 kendaraan bertipe HEV mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2021 sebesar 2.472 unit lalu naik ke angka 10.344 unit di tahun 2022 dan kembali meningkat cukup banyak dengan jumlah 54.179 unit di tahun 2023, maka total jumlah kendaraan HEV terjual dari tahun 2021 hingga 2023 adalah sebesar 66.995 unit. Begitu juga dengan BEV, walau pada tahun 2021 hanya dapat terjual sebesar 687 unit tipe ini berhasil mengalami peningkatan cukup besar di angka 10.327 unit dan pada tahun 2023 berhasil terjual sejumlah 17.051 unit, lalu kendaraan berjenis BEV memiliki total penjualan dari tahun 2021 hingga 2023 sebesar 28.065 unit. Akan tetapi berbeda dengan kedua tipe tersebut yang penjualannya cukup laris, untuk tipe PHEV tidak mengalami peningkatan penjualan secara signifikan. Pada tahun 2021 kendaraan dengan tipe PHEV hanya berhasil terjual sebesar 35 unit saja dan di tahun 2022 justru mengalami penurunan penjualan menjadi 10 unit saja namun di tahun 2023 periode Januari hingga September penjualan mulai mengalami peningkatan ke angka 81 unit. Meski demikian kita dapat melihat bahwa

ada perbedaan penjualan yang sangat besar pada penjualan PHEV yang total keseluruhan dari tahun 2021 hingga 2023 periode Januari hingga September hanya sebesar 126 unit, dibandingkan kendaraan elektrik tipe lainnya yaitu HEV sebesar 66.995 unit dan BEV sebesar 28.065 unit. Maka dari itu pada penelitian ini akan diteliti lebih lanjut mengenai kendaraan *Plug-In Hybrid Electric Vehicle* (PHEV) karena kendaraan elektrik tipe ini juga memiliki keunggulannya tersendiri dan cukup menarik untuk dipertimbangkan selain tipe kendaraan *Battery Electric Vehicle* (BEV) dan *Hybrid Electric Vehicle* (HEV). Dibawah ini akan dibahas merek apa saja dan model mobil PHEV apa yang telah terjual dari tahun 2021 hingga 2023.

Tabel 1.3 Penjualan Kendaraan Bermobil PHEV Tahun 2021

No	Merek	Penjualan
1	Mitsubishi	35

Sumber: Gaikindo (2021)

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan pada tahun 2021 hanya merek Mitsubishi yang menjual kendaraan tipe PHEV dengan kendaraan tipe Outlander yang laku terjual sebanyak 35 unit.

Tabel 1.4 Penjualan Kendaraan Bermobil PHEV Tahun 2022

No	Merek	Penjualan
1	Mitsubishi	10

Sumber: Gaikindo (2022)

Di tahun berikutnya pada tahun 2022 berdasarkan data yang didapatkan dari Gaikindo, masih hanya merek Mitsubishi yang menjual kendaraan tipe PHEV dengan kendaraan tipe Outlander yang mengalami penurunan penjualan dengan jumlah hanya terjual sebanyak 10 unit.

Tabel 1.5 Penjualan Kendaraan Bermobil PHEV Tahun 2023

No	Merek	Penjualan
1	BMW	15
2	Lexus	67
3	Mitsubishi	3
4	Toyota	11

Sumber: Gaikindo (2023)

Berdasarkan laporan yang telah didapatkan dari laman Gaikindo (2023) dapat dilihat bahwa penjualan kendaraan jenis PHEV mulai mengalami peningkatan dengan adanya beberapa merek selain Mitsubishi yang menjual kendaraan tipe PHEV. Menurut laporan dengan jenis PHEV terlaris diduduki oleh merek Lexus melalui produknya yaitu RX 450H+ sebanyak 52 unit dan RX 450H+ Luxury PHEV sejumlah 47 unit. Lalu disusul oleh merek BMW melalui produknya yaitu XM AT sebanyak 14 unit dan XM Label A/T sebanyak 1 unit. Sedangkan merek Toyota berhasil menjual 11 unit kendaraan tipe RAV 4 GR-S dan yang berada di urutan terakhir adalah merek Mitsubishi yang hanya menjual 3 unit dengan tipe Outlander.

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti mengenai kendaraan elektrifikasi berjenis *Plug-In Hybrid Electric Vehicle* (PHEV), mengapa segmen kendaraan ini belum terlalu diminati. Walaupun kendaraan PHEV sekarang ini belum terlalu diminati jika dibandingkan dengan kendaraan tipe HEV dan BEV namun penjualan kendaraan ini mengalami sedikit peningkatan di tahun 2023 jika dibandingkan dengan tahun 2021 dan 2022, selain itu tipe kendaraan PHEV juga memiliki keunggulan dibandingkan dengan kendaraan elektrifikasi lain seperti BEV dan HEV. Keunggulan kendaraan tipe PHEV adalah lebih besarnya kapasitas baterai yang dapat diisi jika dibandingkan kendaraan tipe HEV, karena kendaraan tipe PHEV memiliki baterai yang dapat diisi secara maksimal. Hal ini berbeda dengan kendaraan HEV yang hanya dapat melakukan pengisian saat mobil melakukan pengereman yang membuat keterbatasan dari baterai yang dimiliki kendaraan HEV

sehingga jarak yang dapat ditempuh dengan kendaraan HEV akan lebih terbatas dan kehematan bahan bakar yang dimiliki juga akan lebih terbatas pada model HEV (otomotif.kompas.com, 2022). Sama halnya dengan kendaraan tipe BEV yang memiliki keterbatasan jarak tempuh, mengingat masih keterbatasan dari infrastruktur SPKLU yang tersedia di Indonesia akan sangat berdampak pada penggunaan kendaraan tipe BEV yang harus melakukan pengisian daya (liputan6.com, 2024). Sedangkan kendaraan tipe PHEV dapat tetap menggunakan bensin dan tidak wajib untuk melakukan pengisian daya karena saat mobil melakukan pengereman baterai juga akan ikut melakukan pengisian daya, namun jika ingin mendapatkan potensi maksimal jarak tempuh pada kendaraan PHEV maka baterai kendaraan PHEV perlu untuk diisi secara penuh (klasika.kompas.id, 2021).

Tabel 1.6 Tabel Daftar Harga dan Varian Mobil Elektrik PHEV

No	Varian	Harga
1.	BMW XM 4.4 PHEV	Rp. 5.627.000.000
2.	BMW XM 3.3 PHEV 50 E	Rp. 3.327.000.000
3.	Volvo XC 90 Recharge	Rp. 2.050.000.000
4.	Lexus RX 450H+ Luxury	Rp. 1.872.000.000
5.	Lexus NX 450H+ F Sport	Rp. 1.638.000.000
6.	Volvo XC 60 Recharge	Rp. 1.500.000.000
7.	Toyota RAV 4 GR Sport PHEV	Rp. 1.150.000.000
8.	Volvo XC 40 Recharge	Rp. 1.050.000.000

Sumber: oto.com (2024)

Dapat dilihat pada Tabel 1.5 diatas, melalui data yang telah didapatkan oleh peneliti sekarang ini sudah mulai banyak model dan merek yang menjual kendaraan berjenis PHEV di Indonesia. Pada urutan pertama dengan harga tertinggi adalah BMW XM 4.4 PHEV seharga Rp. 5.627.000.000 dan BMW XM 3.3 PHEV 50 E seharga Rp. 3.327.000.000. Lalu merek selanjutnya adalah Volvo dengan model XC 90 Recharge seharga Rp.2.050.000.000 dan merek Lexus dengan dua produknya yaitu Lexus RX 450H+ Luxury seharga Rp. 1.872.000.000 dan Lexus

NX 450H+ F Sport RP. 1.638.000.000. Pada urutan selanjutnya terdapat merek Volvo lagi dengan model Volvo XC 60 Recharge seharga Rp.1.500.000.000 lalu di urutan ke tujuh terdapat Toyota Rav 4 GR Sport PHEV seharga Rp.1.150.000.000. dan untuk kendaraan bermobil PHEV dengan harga paling terjangkau adalah Volvo XC 40 Recharge seharga Rp.1.050.000.000. Berdasarkan data melalui tabel 1.5 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa pilihan model dan merek untuk kendaraan PHEV yang dimulai dari rentang harga lebih dari Rp. 1.000.000.000 yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai preferensi masing-masing.

Menurut latar belakang dan fenomena yang terjadi pada penelitian ini maka peneliti mengambil judul “**Analisis Pengaruh *Green Purchase Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control dan Environmental Knowledge* terhadap *Purchase Intention* pada kendaraan bermobil PHEV**” karena memiliki fenomena yang menarik untuk dapat diteliti secara lebih dalam.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada latar belakang pada penelitian skripsi ini, dapat kita lihat bahwa penjualan kendaraan bermobil berjenis PHEV cukup sedikit jika dibandingkan dengan HEV dan BEV. Melalui data yang telah diperlihatkan pada tabel 1.1 PHEV memiliki jumlah penjualan paling sedikit selama periode tahun 2020 hingga 2023 (Januari – September). Menurut (otomotif.kompas, 2023) Kendaraan bermobil elektrik berjenis PHEV masih sepi peminat dan kurang mendapatkan perhatian, meski begitu menurut Direktur Pemasaran Toyota Astra Motor (TAM) Jimmi Suwandy menjelaskan bahwa PHEV memiliki kelebihan pada jarak tempuh yang lebih baik dan akan lebih mudah digunakan dibandingkan dengan kendaraan BEV. Adanya kemudahan seperti tidak perlu diisi daya melalui SPKLU karena baterai bisa terisi dengan sendirinya saat mobil melakukan pengereman, namun untuk memaksimalkan pengisian tetap perlu adanya pengisian daya.

Mengacu pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Tanwir dan Hamzah (2020) menyatakan bahwa *green purchase attitude, subjective norms,*

perceived behavioural control dan *environmental knowledge* adalah faktor yang mempengaruhi *purchase intention* pada kendaraan *hybrid*. Melalui rumusan masalah ini maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut faktor apa saja yang mempengaruhi niat seseorang dalam melakukan pembelian kendaraan PHEV. Maka dari itu rumusan masalah yang dapat peneliti jabarkan dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Apakah *green purchase attitude* berpengaruh pada *purchase intention*?
- 2) Apakah *subjective norms* berpengaruh pada *purchase intention*?
- 3) Apakah *perceived behavioural control* berpengaruh pada *purchase intention*?
- 4) Apakah *environmental knowledge* berpengaruh pada *purchase intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *green purchase attitude* terhadap *purchase intention*.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *subjective norms* terhadap *purchase intention*.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *purchase intention*.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *environmental knowledge* pada *purchase intention*.

1.4 Batasan Penelitian

Pada penelitian skripsi ini terdapat batasan ruang lingkup penelitian yang memiliki tujuan agar pembahasan dapat dilakukan secara terfokus dan sesuai pada titik permasalahan yang telah diuraikan, maka dari itu berikut adalah batasan pada penelitian skripsi ini:

- 1) Penelitian skripsi ini dibatasi oleh beberapa variabel yang terdiri dari *green purchase attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioural control*, *environmental knowledge*, dan *purchase intention*.
- 2) Responden pada penelitian skripsi ini terdiri dari gender pria dan wanita yang berusia 21 tahun keatas.
- 3) Responden memiliki kendaraan bermobil.
- 4) Terdapat orang terdekat responden yang menggunakan mobil elektrik.
- 5) Responden berencana untuk membeli mobil baru.
- 6) Responden berencana dan tertarik untuk membeli mobil *Plug-in Hybrid Electric Vehicle*.
- 7) Responden memiliki pengetahuan mengenai kendaraan bermobil *Plug-In Hybrid Electric Vehicle*.
- 8) Responden tinggal di daerah Jabodetabek.

1.5 Manfaat Penelitian

Harapan peneliti pada penelitian skripsi ini adalah hasil yang diperoleh dapat bermanfaat dan dipergunakan oleh pihak yang membutuhkan, dan manfaat lainnya antara lain sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam hal teoritis dari penelitian skripsi ini penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi yang dapat dimanfaatkan untuk memperdalam dan memperluas informasi dan dapat ikut berkontribusi pada penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan dari *green purchase attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioural control* dan *environmental knowledge* terhadap *purchase intention* kendaraan PHEV.

1.5.2 Manfaat Praktisi

Dalam segi manfaat praktisi peneliti berharap melalui penelitian ini akan diperoleh manfaat secara praktis berupa tambahan informasi bagi para perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kendaraan bermobil yang menjual kendaraan elektrik berjenis PHEV di Indonesia sebagai referensi untuk memperluas strategi

dalam menggali lebih dalam faktor yang mempengaruhi *purchase intention* pada kendaraan bermobil PHEV.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penelitian skripsi ini, penulis telah membagi penelitian kedalam lima bab dimana antar isi bab saling memiliki hubungan dan keterkaitan satu dengan yang lainnya. Uraian sistematika penelitian skripsi ini dibagi sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

BAB I memiliki pembahasan mengenai latar belakang dan masalah atau fenomena yang terjadi sebagai objek pada penelitian skripsi, rumusan, pertanyaan, masalah, tujuan, batasan, manfaat dan juga sistematika pada penulisan penelitian skripsi ini.

BAB II: LANDASAN TEORI

BAB II berisi mengenai penjelasan dari landasan teori yang digunakan sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian skripsi dan juga uraian mengenai definisi atau pengertian masing-masing variabel yang bersumber dari jurnal-jurnal dan juga penelitian terdahulu yang memiliki hubungan atau kaitan dengan variabel dari *green purchase attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioural control* dan *environmental knowledge* terhadap *purchase intention* kendaraan PHEV.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

BAB III berisi pembahasan mengenai gambaran umum pada objek penelitian, metodologi penelitian, model penelitian, prosedur penelitian, populasi, sampel, definisi operasional, dan juga teknik dari analisis yang digunakan pada penelitian skripsi ini.

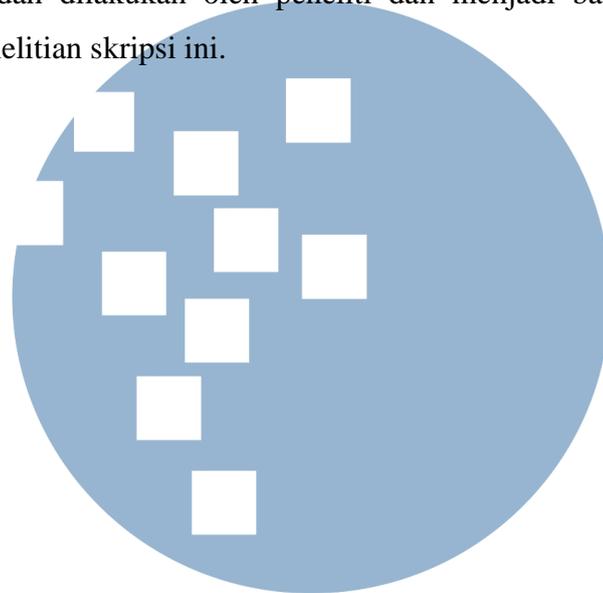
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

BAB IV terdiri dari pembahasan hasil penelitian, profil para responden penelitian, sampai dengan hasil dari kuesioner yang telah disebar dan terkumpul untuk

dapat dibahas dan disimpulkan sebagai masukan yang memiliki kaitan dengan variabel yang digunakan pada penelitian skripsi ini.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V berisi mengenai pembahasan, kesimpulan, dan juga saran atas penelitian skripsi yang sudah dilakukan oleh peneliti dan menjadi bab terakhir sebagai penutup atas penelitian skripsi ini.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA