

BAB I

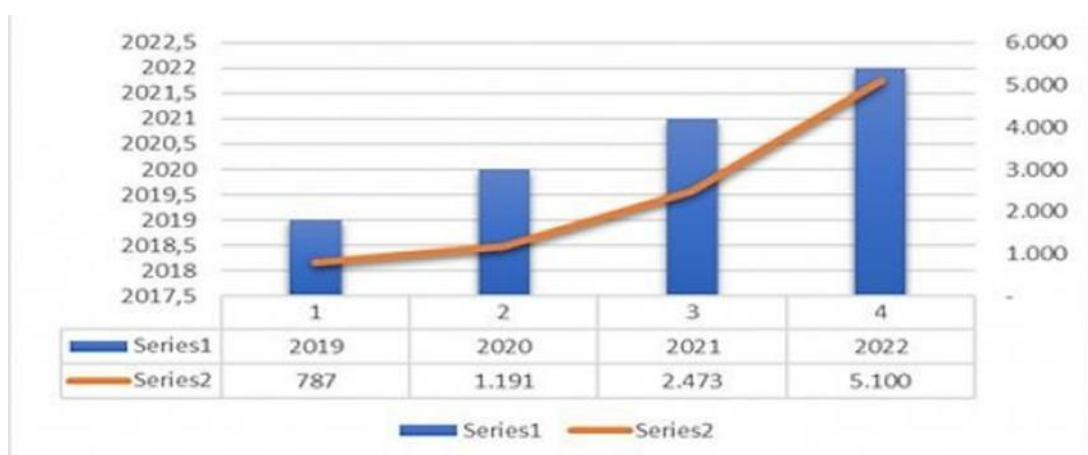
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini industri yang tumbuh pesat sampai sekarang ini adalah industri otomotif. Hal ini menjadikan produsen mobil semakin ber-inovasi dengan produknya, sehingga persaingan setiap merek produk semakin ketat (Amrulah dan Saida, 2016). Peminat mobil yang banyak menyebabkan banyak perusahaan yang muncul di dunia otomotif seperti Toyota, Honda, Daihatsu, Mitsubishi, Suzuki, Datsun, Hino, Nissan, Isuzu, dan lainnya, ini menyebabkan perusahaan otomotif harus berlomba - lomba untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. Menurut Gabungan Industri Otomotif Indonesia (GAIKINDO) Indonesia merupakan pasar otomotif yang besar dan berkembang pesat. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah kehadiran mobil yang di tenagai oleh listrik atau lebih di kenal dengan sebutan mobil listrik. Mobil listrik memiliki beberapa kelebihan yang potensial jika di bandingkan dengan mobil bermesin pembakaran dalam biasa. Mobil listrik tidak menghasilkan emisi gas kendaraan bermotor.

Menurut Auto2000 (2023) menyatakan jenis mobil listrik sendiri terbagi atas empat, yakni yang pertama adalah *HEV (Hybrid Electric Vehicle)* adalah jenis mobil yang menggabungkan mesin bensin atau diesel dengan motor listrik. Kemudian yang kedua adalah *BEV (Battery Electric Vehicle)* adalah jenis mobil yang menggunakan energi listrik sebagai satu - satunya sumber untuk membuat kendaraan dapat di kendarai di jalanan. Jenis ketiga adalah *Plug-in Hybrid Electric Vehicle (PHEV)* Tidak jauh berbeda dengan *HEV, Plug-in Hybrid Electric Vehicle* tetap dapat menggunakan sumber energi dari kedua mesin tersebut secara bergantian atau bersamaan. Varian terakhir adalah *Fuel Cell Electric Vehicle (FCEV)*, Jenis *FCEV* masih menggunakan energi listrik untuk menggerakkan mobil, tetapi bukan dengan *BBM* ataupun baterai (<https://auto2000.co.id/>, 2023).

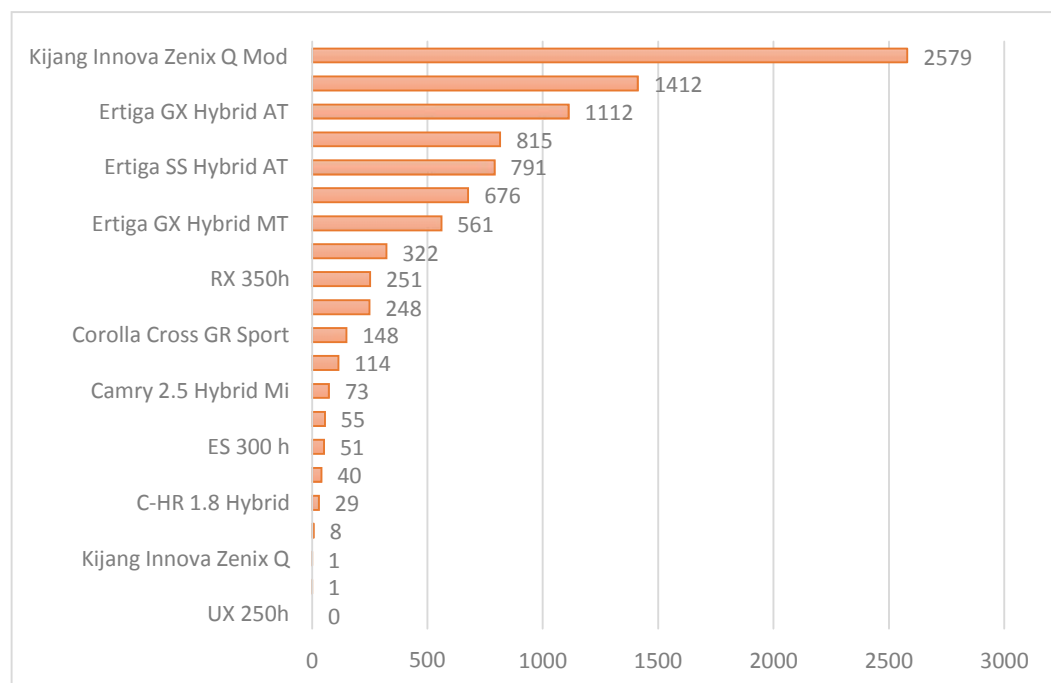
Meski sama - sama mengandalkan motor listrik, ada sejumlah hal yang membuat mobil listrik dan mobil *hybrid* berbeda. Mobil Hybrid dan Mobil Listrik adalah dua jenis kendaraan ramah lingkungan yang semakin populer di kalangan konsumen yang peduli dengan lingkungan dan ingin mengurangi emisi gas rumah kaca. Keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing - masing, dan memilih antara mobil hybrid dan mobil listrik dapat menjadi keputusan yang sulit bagi konsumen. Ide pembuatan mobil listrik atau yang juga di kenal dengan nama *electric vehicle* (EV) sudah muncul sejak lama. Mobil listrik (EV) menjadi populer karena di klaim bebas emisi gas buang. Sebab, mobil ini tidak seperti mesin bensin atau mesin konvensional lain-nya yang menggunakan bahan bakar minyak sebagai sumber tenaga. Sebagai pengganti bahan bakar minyak, mobil listrik menggunakan tenaga listrik sebagai sumber tenaga utama. Jika mobil listrik mengandalkan sumber tenaga eksternal (listrik), maka sumber tenaga *hybrid* justru berasal dari dalam mesin. Mobil *hybrid* merupakan sebuah kendaraan yang menggabungkan mesin konvensional berbahan bakar minyak dan motor listrik yang di sokong baterai. Baik mesin konvensional dan motor listrik, saling berpadu dalam menggerakkan mobil. Mobil *hybrid* mendapatkan sumber tenaga dari proses pengolahan sisa putaran bahan bakar mobil di tambah dengan energi dari motor listrik (<https://garasi.id/>).



Sumber : data diolah, 2023

Gambar 1.1 Volume Penjualan Mobil Hybrid di Indonesia (2019-2022)

Menurut data Gaikindo, Meskipun Indonesia di landa pandemi, yang di sebut juga sebagai masa sulitnya ekonomi karena keadaan ekonomi masyarakat di Indonesia mengalami perubahan per-ekonomian dan pola konsumsi cukup signifikan. Namun sepertinya tidak berlaku untuk pola konsumsi mobil hybrid ini, penjualan mobil ini menunjukkan geliat pasar potensial tercatat 787 unit terjual pada tahun 2019. Mulai tahun 2019 hingga 2022 minat konsumen tidak dapat di bendung untuk memiliki kendaraan jenis penggerak energi tersebut. Setiap tahunnya mengalami lonjakan minat yang signifikan hingga menembus angka penjualan 5100 unit.



Sumber : data diolah, 2023

Gambar 1.2 Volume Penjualan Wholesale Bulanan Mobil Hybrid di Indonesia Berdasarkan Merek

Dari data di atas Toyota Innova Zenix mencatatkan penjualan yang cukup tinggi di bandingkan type lain yaitu sebesar 2.579 Unit. Hal ini mungkin di sebabkan oleh tingginya minat masyarakat terkait fitur yang di sematkan pada mobil hybrid andalan Toyota di mana Innova Zenix di proyeksikan dapat menjadi langkah awal dalam transisi dari bahan bakar fosil menuju energy listrik sehingga keputusan pembelian terhadap Innova Zenix tergolong tinggi. Untuk mesin bensin Innova Zenix lebih bertenaga dan hemat bahan bakar dimana, 1 liter bensin bisa untuk

menempuh jarak hingga 15 km, kehadiran Innova Zenix ini mampu merubah mindset masyarakat khusus-nya pecinta kijang Innova bermesin diesel yang beranggapan kendaraan diesel lebih hemat bahan bakar dari pada bermesin bensin. Hal ini dapat di capai dengan adanya inovasi perpaduan kinerja antara mesin bensin dengan mesin listrik sehingga efisiensi penggunaan bahan bakar dapat di capai.

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku pembelian seseorang di sebabkan oleh beberapa faktor, karena setiap orang memiliki sikap dan preferensi yang berbeda - beda sehingga apa yang di inginkan dan di butuhkan juga akan berbeda. Menurut Nurfadilah, (2021) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah gambaran tentang bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka seperti waktu, uang, dan usaha yang tersedia untuk membeli konsumsi. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan di warnai oleh ciri ke pribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya (Fadhila, Lie, Wijaya, dan Halim, 2020).

Konsumen yang melakukan pembelian pada suatu produk di dasarkan atas kebutuhan yang belum terpenuhi dan harus di penuhi sudah menjadi umum. Oleh karena itu, konsumen melakukan berbagai pertimbangan untuk memilih dan menentukan produk terbaik yang di harapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Auto2000 Lampung telah mengeluarkan mobil Kijang Generasi ke-7 yakni All New Kijang Innova Zenix di Lampung City Mall. Untuk pembelian secara kredit DP mulai 20 persen plus asuransi di dealer Auto2000 Lampung serta dealer – dealer Toyota di Lampung. Ada dua tipe All New Kijang Innova Zenix yakni tipe Gasoline, dan Hybrid EV. Diantara beberapa produk - produk All New Kijang Innova Zenix tersebut memiliki produk terlaris yang dapat di lihat pada tabel 1.1 tentang Data Penjualan Mobil All New Kijang Innova Zenix Periode 2020-2022 di Bandar Lampung.

Tabel 1.1
Volume Penjualan Mobil Hybrid di Bandar Lampung

Tipe	2020	2021	2022
Kijang Innova Zenix 2.0 G	265	176	278
Kijang Innova Zenix 2.0 V	113	173	132
Kijang Innova Zenix 2.0 Q	55	67	78

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 data penjualan Mobil All New Kijang Innova Zenix Periode 2020-2022 bahwa type Kijang Innova Zenix 2.0 G paling banyak peminatnya di bandingkan dengan type Kijang Innova Zenix lainnya, hal ini di karenakan masyarakat di Indonesia terutama di kota Bandar Lampung dominan menginginkan sebuah produk yang berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau. Adapun keunggulan untuk mobil Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid mempunyai kualitas yang baik meskipun termasuk jenis mobil Hybrid. Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid ini menjadi mobil yang paling unggul untuk semua kalangan masyarakat dalam keputusan pembelian. Adapun hasil pra survey kepada 30 responden yang menggambarkan keputusan pembelian konsumen di sajikan sebagai berikut :

Tabel 1.2 Hasil Pra Survei

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1	Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid mempunyai banyak pilihan warna dan tipe	19	11
2	Produk mobil Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid adalah produk yang terkenal	21	9
3	Pembelian Innova Zenix Hybrid adalah salah satu aksi nyata untuk mengurangi kerusakan lingkungan	17	13
4	Saya naik Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid untuk mengurangi polusi udara	23	7
5	Saya merasa motor merek Innova Zenix Hybrid dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal	18	12
6	Innova Zenix Hybrid memiliki fitur – fitur yang cukup lengkap	22	8
7	Saya merasa harga Innova Zenix Hybrid sesuai dengan produk yang di tawarkan	16	14
8	Saya merasa harga Innova Zenix Hybrid sesuai dengan manfaat yang Saya rasakan	20	10

Sumber : data diolah, 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa hasil pra survey keputusan pembelian konsumen sebagian besar memilih setuju. Hal ini dapat di lihat bahwa Innova Zenix Hybrid adalah salah satu aksi nyata untuk mengurangi kerusakan lingkungan, serta dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal. Akan tetapi konsumen juga melihat kualitas produk dan harga yang di tawarkan. Persaingan yang semakin kompetitif khususnya dalam industri otomotif mengharuskan setiap perusahaan melakukan berbagai inovasi dan membentuk strategi untuk mempertahankan konsumen dan menarik konsumen baru untuk membuat keputusan pembelian terhadap mobil MPV merek Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung. Tingkat kepuasan dan kinerja pada perusahaan yang menurun dapat pula mempengaruhi pembelian pada mobil Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung Dalam menangani hal ini Toyota Innova membuat membuat suatu strategi dengan meluncurkan beberapa produk yang berkualitas dengan inovasi yang beragam.

Keputusan pembelian masyarakat Kota Bandar Lampung untuk memilih Innova Zenix sebagai kendaraan keluarga dapat di pengaruhi berbagai hal. Keputusan pembelian yang di lakukan konsumen telah melewati beberapa pertimbangan matang terhadap pilihan produk yang serupa dan akhirnya memutuskan untuk mengkonsumsi produk yang di pilih, biasanya para konsumen telah mengkomparasikan satu produk dengan produk lain-nya, dari hasil tersebut maka terciptalah keputusan pembelian. Menurut Amrullah (2016) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen baik dari segi ekonomi, teknologi, promosi, iklan secara personal, ataupun lainnya. Keputusan pembelian terhadap produk yang kita pilih dan di lakukan dengan secara spontan. Khususnya untuk konsumen yang kendaraan roda dua jadi ingin mendapatkan kendaraan yang beroda empat. Maka dengan ini keputusan pembelian terhadap produk atau jasa yang di pengaruhi oleh kebutuhan dan daya beli konsumen.

Faktor pertama yaitu *environmental concern*, Menurut Naalchi (2020) *Environmental concern* menunjukkan seberapa jauh seseorang menyadari dan berupaya untuk menyelesaikannya serta menunjukkan kesediaan untuk berkontribusi pada masalah lingkungan. Menurut Chaudhary (2018) *Environmental Concern* adalah suatu aktivitas yang mengacu pada kesadaran masyarakat akan kepeduliannya terhadap lingkungan. Cerri et al., (2018) menyatakan bahwa *environmental concern* memengaruhi efektivitas yang di rasakan konsumen secara langsung atau tidak langsung seperti informasi yang di perlukan konsumen saat melakukan pembelian produk ramah lingkungan. Pada penelitian ini, kepedulian lingkungan akan di kaitkan dengan efektivitas yang di rasakan konsumen.

Faktor berikutnya adalah kualitas produk Menurut Kotler and Keller (2018) pengertian kualitas adalah kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen. Menurut Tjiptono (2017) hal mutu suatu produk yang di hasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat di percayai-nya produk tersebut, mudah mengoperasikan dan memelihara-nya serta atribut yang lain yang di nilai konsumen. Iful (2017) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Menurut (Kotler, 2017), harga merupakan jumlah uang yang di bebaskan atas suatu jasa atau produk. Dalam pengambilan keputusan, harga menjadi salah satu faktor pertimbangan penting bagi konsumen. Harga juga salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di dapatkan oleh perusahaan (Habibah, 2017). Hal ini di dukung oleh penelitian Ernawati (2019) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang di lakukan Anggraini (2019), Kadarisman Hidayat (2019), dan Sunarti (2019) menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian terdahulu yang di lakukan Farrid (2020) menyatakan bahwa secara parsial Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio, sedangkan Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio.

Penelitian ini memodifikasi penelitian yang di lakukan oleh Igir (2018) dengan judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu). Perbedaan penelitian ini adalah menambahkan variabel *environmental concern* serta mengganti objek penelitian yaitu Produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung. Berdasarkan pada uraian masalah di atas, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Environmental Concern*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung”**.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini tidak melebar ke pembahasan yang lain, maka Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah Pengguna Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid.

2. Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid.

3. Ruang Lingkup Tempat

Tempat penelitian ini adalah di lakukan di Auto2000, Jl. Raden Intan No.61-A, Enggal, Kota Bandar Lampung.

4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian ini adalah yang di mulai dari bulan Juli 2023 – Agustus 2023.

5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Manajemen pemasaran yang meliputi *environmental concern*, kualitas produk dan harga serta keputusan pembelian produk.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan ruang lingkup penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *environmental concern*, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung?
4. Apakah *environmental concern*, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *environmental concern* terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung.

3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *environmental concern*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid Di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, di antaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberi pemikiran sekaligus tambahan ilmu pengetahuan mengenai studi tentang strategi dalam *environmental concern*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Toyota Kijang Innova Zenix Hybrid.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah pengalaman dan melati daya pikir serta dapat menerapkan berbagai teori yang telah di pelajari dan di peroleh selama di bangku perkuliahan.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini di harapkan dapat memberi informasi dan kontribusi sebagai sumber bacaan kepada pembaca sekaligus menjadi bahan referensi di dalam penulisan untuk penelitian lebih lanjut terutama dalam kajian yang sama.

- c. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah dokumentasi untuk di jadikan sebagai referensi karya ilmiah mahasiswa / peneliti selanjutnya di IIB Darmajaya Bandar Lampung, khususnya bagi jurusan manajemen Pemasaran.

d. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada peneliti lain bahwa perusahaan dapat menjadikan sarana untuk pembelajaran melalui penelitian ilmiah. Dapat di jadikan bahan evaluasi serta perbaikan dari waktu ke waktu agar dapat mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan profit perusahaan secara maksimal.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang di lakukan, maka sistematika dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan landasan teori yang mendasari penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang jenis penelitian, prosedur penelitian, dan diagram alir penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah diolah.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini berisikan kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang di berikan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi daftar buku - buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian orang lain, dan bahan - bahan lain yang di jadikan sebagai referensi dalam pembahasan skripsi.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi data yang dapat mendukung atau memperjelas pembahasan atau uraian yang di kemukakan dalam bab - bab sebelumnya. Data tersebut dapat berupa gambar, table, formulir ataupun flowchart