

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemanasan global menjadi permasalahan di setiap belahan dunia. Pemanasan global berarti suhu udara semakin panas dan tentunya dirasakan sendiri oleh penduduk di dunia. Hal tersebut menyebabkan penggunaan AC semakin meningkat karena penduduk tentunya tidak tahan dengan suhu udara di lingkungannya yang semakin panas. ( [www.bbc.com](http://www.bbc.com), 2017 )

Penggunaan AC yang semakin meningkat ternyata bukan pemecah masalah jangka panjang untuk suhu udara yang semakin panas (*global warming*). Karena beberapa penyebab *global warming* berasal dari AC sendiri seperti CFC (*chlorofluorocarbon* ). Selain itu, penggunaan listrik pada AC kini juga semakin tinggi. Menurut Badan Energi Internasional penggunaan listrik pada AC merupakan penyebab utama meningkatnya permintaan listrik di dunia. Listrik yang biasa digunakan berasal dari batu bara yang dibakar. Proses pembakaran tersebut menimbulkan gas karbondioksida yang menyebabkan pencemaran udara dan juga pemanasan global. ([www.ilmugeografi.com](http://www.ilmugeografi.com), 2015).

Efisiensi dalam menggunakan listrik pada AC sangat penting agar lingkungan tetap terjaga. Menggunakan AC hemat listrik berarti masyarakat telah bersikap ramah terhadap lingkungan. Saat ini, telah banyak merek AC ramah lingkungan yang beredar di pasaran. Beberapa contoh merek AC yang menggunakan teknologi ramah lingkungan adalah LG, Sharp, Panasonic, Samsung. ([www.di-onlinesurvey.com](http://www.di-onlinesurvey.com), 2017).

Semakin banyaknya peredaran AC ramah lingkungan juga di barengi dengan

meningkatnya minat konsumen terhadap pembelian AC ramah lingkungan. Beberapa penyebab meningkatnya minat konsumen terhadap pembelian AC ramah lingkungan adalah *environmental attitude*, *environmental concern*, *perceived consumer effectiveness*, *health consciousness*, *media and social influence*, serta *perceived government initiation*. (Achchuthan & Velnampy, 2016)

Mei *et al.*, (2012), *environmental attitude* adalah bagaimana seseorang terlibat dalam lingkungan dan sekitarnya. Berarti kecenderungan seseorang bersikap dalam segi perlindungan terhadap lingkungannya. Seseorang yang terlibat dalam keadaan lingkungan dan mempunyai perasaan terhadap lingkungan tersebut akan memilih AC yang ramah lingkungan karena kesehariannya yang menggunakan AC mempunyai keterlibatan besar terhadap kerusakan lingkungan.

*Environmental concern* adalah aktivitas yang mempengaruhi kualitas udara, air, dan tanah yang sesuai dengan peraturan undang-undang dan nurani perusahaan. Bisa juga diartikan sebagai tindakan yang meminimalkan atau mencegah dampak buruk terhadap lingkungan ataupun tindakan untuk menangani air atau tanah yang terkontaminasi. AC sudah dikenal sebagai produk yang berdampak buruk terhadap lingkungan. Seseorang yang peduli terhadap lingkungan akan memilih AC yang lebih ramah lingkungan. (www.reliabilityweb.com, 2018)

Ng dan Law (2015) *perceived consumer effectiveness* adalah bagaimana seseorang percaya bahwa tindakannya membuat perbedaan dalam menyelesaikan masalah. Perasaan diri seseorang yang merasa bahwa dirinya saja berpengaruh terhadap lingkungan akan membuat seseorang lebih teliti terhadap pemilihan

produk yang ia gunakan. AC merupakan produk yang pasti digunakan oleh orang-orang saat ini dan mempunyai pengaruh besar terhadap lingkungan sehingga orang-orang tersebut akan lebih teliti ketika memilih produk AC.

Diekmeyer (2008), *perceived government initiation* adalah persepsi seseorang terhadap inisiasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam melindungi lingkungan.

Ada orang yang biasa-biasa saja terhadap peraturan perlindungan lingkungan yang dikeluarkan pemerintah namun ada orang yang sangat peduli dan bahkan mendukung tindakan yang dilakukan pemerintah tersebut. Orang-orang yang biasanya mempunyai persepsi baik terhadap peraturan perlindungan lingkungan yang dikeluarkan pemerintah akan mendukung dengan menggunakan produk yang tidak berdampak buruk terhadap lingkungan seperti AC ramah lingkungan.

*Health consciousness* atau kesadaran dalam kesehatan berarti seseorang sadar dan peduli terhadap apa yang terjadi dalam badan jasmani maupun jiwa. AC ternyata berdampak buruk terhadap kesehatan seperti kulit kering, masalah pernapasan, penyebab kelelahan badan, dan lainnya. Oleh karena itu, penting bagi seseorang yang peduli kesehatan untuk memilih produk AC yang digunakan (www.globalnews.com, 2012).

*Social influence* berarti bagaimana keluarga, teman, saudara, guru dan lingkungan sekitar mempengaruhi individu. Produk AC merupakan produk yang sering digunakan saat ini dan merek AC yang digunakan orang sekitar akan menjadi pertimbangan dalam pemilihan AC. Apabila orang-orang sekitar menggunakan AC ramah lingkungan maka akan berpengaruh terhadap minat pembelian AC seorang individu. Sementara *media influence* berarti bagaimana

alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk mempengaruhi individu. Pesan-pesan yang terdapat dalam media biasanya merupakan iklan. Kini perusahaan AC ramah lingkungan semakin gencar melakukan iklan dalam berbagai media untuk meningkatkan penjualan sehingga mempengaruhi seseorang dalam pemilihan AC. (Achchuthan & Velnampy, 2016)

Peter dan Olson (2008) *purchase intention* dapat didefinisikan sebagai perencanaan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa. Selain itu, *green purchase intention* bisa diartikan sebagai keinginan seseorang untuk membeli produk yang ramah lingkungan dibandingkan dengan produk konvensional lainnya. Produk hijau yang dimaksud disini adalah *air conditioner* (AC).

Berdasarkan uraian di atas peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian AC Ramah Lingkungan di Kota Batam.”**

## 1.2 Permasalahan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang ada, maka timbul beberapa permasalahan yang akan diteliti:

- a. Apakah ada hubungan antara *environmental attitude* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- b. Apakah ada hubungan antara *environmental concern* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- c. Apakah ada hubungan antara *perceived consumer effectiveness* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?

- d. Apakah ada hubungan antara *health consciousness* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- e. Apakah ada hubungan antara *media influence* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- f. Apakah ada hubungan antara *social influence* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- g. Apakah ada hubungan antara *perceived government initiation* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang ada maka tujuan penelitian adalah

- a. Mengetahui hubungan antara hubungan antara *environmental attitude* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- b. Mengetahui hubungan antara *environmental concern* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- c. Mengetahui hubungan antara *perceived consumer effectiveness* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- d. Mengetahui hubungan antara *health consciousness* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- e. Mengetahui hubungan antara *media influence* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?
- f. Mengetahui hubungan antara *social influence* dan *purchase intention* AC

ramah lingkungan?

- g. Mengetahui hubungan antara *perceived government initiation* dan *purchase intention* AC ramah lingkungan?

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah

- a. Bagi manajemen perusahaan: sebagai tolak ukur bagi perusahaan untuk mengembangkan produk AC ramah lingkungan. Perusahaan juga dapat mengetahui faktor apa yang mendorong niat pembelian untuk AC ramah lingkungan sehingga perusahaan bisa menekankan strategi bisnis pada faktor tersebut agar produk yang dikembangkan bisa laku di pasaran.

Strategi bisnis bisa saja dalam bentuk pemasaran produk, seperti isi iklan yang cocok untuk menarik konsumen.

- b. Bagi akademisi: sebagai referensi atas penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan niat pembelian pada AC ramah lingkungan di Kota Batam.

### 1.4 Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Membahas tentang latar belakang, permasalahan dalam penelitian, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kerangka teoritis dan perumusan hipotesis

Membahas tentang teori yang digunakan untuk

menganalisa masalah yang berhubungan dengan variabel independen dan variabel dependen.

**BAB III** : Metode penelitian

Membahas tentang rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

**BAB IV** : Analisa dan pembahasan

Membahas tentang hasil analisa data pengujian hipotesis dengan membahas hasil statistik deskriptif dan kuisisioner, uji kualitas data dan pengujian hipotesis.

**BAB V** : Kesimpulan, keterbatasan, dan rekomendasi

Membahas tentang kesimpulan akhir dari seluruh pembahasan yang ada, keterbatasan pada penelitian dan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.