

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dalam era modern seperti saat ini, gaya hidup masyarakat akan terjadi perubahan dan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat akan berpengaruh pada kebutuhan setiap orang. Pada saat ini, penduduk di Indonesia terdapat 265 juta jiwa dan di Batam terdapat 1,3 juta jiwa. ( [www.batampos.co.id](http://www.batampos.co.id), 2018 ) seiring terus meningkatnya jumlah jiwa di Indonesia, kebutuhan akan sumber daya juga semakin meningkat, fenomena ini juga terjadi di Kota Batam. Meningkatnya kebutuhan sumber daya alam menyebabkan kebutuhan akan sumber daya alam semakin sulit untuk didapatkan terutama bahan bakar seperti batu bara yang digunakan untuk dijadikan tenaga pembangkit listrik, akibatnya banyak perusahaan-perusahaan yang saat ini mencoba menciptakan produk yang ramah lingkungan yaitu produk-produk alternatif yang hemat listrik dengan demikian penggunaan listrik akan lebih hemat, dengan penggunaan listrik yang hemat juga akan membantu mengurangi penggunaan batu bara sehingga sumber daya alam tidak akan habis.

Indonesia sebagai negara tropis tentunya akan mengalami masa kemarau yang kurang lebih akan berlangsung selama 6(enam) bulan. Tidak menentunya pergantian musim ditambah peningkatan suhu secara global yang menjadi bukti bahwa pemanasan global benar-benar terjadi. Sehingga orang-orang pada zaman sekarang sangatlah membutuhkan pendingin ruangan agar lebih nyaman untuk melakukan aktivitas sehari-hari. ( [www.bmkg.go.id](http://www.bmkg.go.id), 2019 ). Masyarakat di Kota Batam sangatlah diharapkan agar dapat menghemat penggunaan listrik terutama pada salah satu perlengkapan rumah tangga yang dapat dikatakan tersedia di setiap rumah yaitu *Air Conditioner*, karena pada saat ini Kota Batam kekurangan penyediaan tenaga listrik akibat kekurangan bahan bakar untuk menggerakkan tenaga listrik tersebut sehingga menyebabkan terjadinya pemadaman listrik secara bergilir yang dilakukan oleh pihak PLN. ( [www.batampos.co.id](http://www.batampos.co.id), 2019 )

Adanya *Air Conditioner* di sebuah rumah tangga bukanlah menjadi sesuatu yang sangat asing dan hanya alat penunjang namun beranjak menjadi

sebuah kebutuhan. Penggunaan daya listrik yang besar yang biasanya dimiliki oleh *Air Conditioner* ini menjadi perhatian khususnya dampak bagi lingkungan, sehingga tidak heran apabila produsen *Air Conditioner* pada saat ini didorong untuk mengeluarkan produk yang ramah lingkungan, mulai dari pemakaian *Air Conditioner* yang lebih hemat listrik, sampai penggunaan senyawa refrigeran atau freon *Air Conditioner* yang tidak merusak lapisan ozon. *Air Conditioner* yang dapat dikatakan ramah lingkungan adalah *Air Conditioner* yang hemat energi dimana proses penyejukan AC cepat sehingga tidak menghabiskan energi yang banyak. Produk *Air Conditioner* yang ramah lingkungan dapat dikatakan *Air Conditioner* yang hemat listrik. ( [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id), 2014 )

Dalam memilih *Air Conditioner* yang hemat listrik ada beberapa cara yang perlu diperhatikan oleh konsumen antara lain performa *Air Conditioner* bergantung pada instalasinya, sehingga penting bagi konsumen untuk memastikan *Air Conditioner* dipasang oleh orang yang berpengalaman. Terlebih *Air Conditioner* split memiliki unit kompresor di luar. *Air Conditioner* tertentu membutuhkan *maintenance* yang sedikit, sehingga perlu mengetahui seberapa sering *Air Conditioner* harus dibersihkan agar performanya tetap optimal dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menyejukkan ruangan agar hemat listrik. ( [www.jendela360.com](http://www.jendela360.com), 2018 ) Pada saat ini, telah banyak merk *Air Conditioner* yang beredar di pasar dengan spesifikasi yang ramah lingkungan antara lain Daikin, Panasonic, Sharp, LG, dan Samsung. ( [www.bacaterus.com](http://www.bacaterus.com), 2019 )

Untuk menciptakan suatu keinginan dan perlakuan untuk membeli akan berpengaruh oleh nilai produk yang dipertimbangkan. Jika pengembalian lebih besar dari pengorbanan, maka kekuatan untuk membeli akan lebih tinggi. Sebaliknya, jika manfaatnya kecil dibandingkan dengan pengorbanan, pembeli biasanya akan menghindari dan memikirkan kembali untuk melakukan pembelian dan biasanya akan berpindah ke produk serupa lainnya.

Dengan peredaran *Air Conditioner* yang semakin banyak juga berpengaruh pada meningkatnya minat konsumen terhadap pembelian *Air Conditioner* yang berakhir pada perilaku pembelian kembali *Air Conditioner* yang sudah dibeli. Beberapa penyebab meningkatnya pembelian kembali terhadap *Air Conditioner*

adalah *Environmental Concern*, *Personal Norm*, *Perceived Value*, *Willingness to Pay*, serta *Purchase Intention*. (Chaudhary,2018).

Chaudhary (2018) *Environmental Concern* adalah suatu aktivitas yang mengacu pada kesadaran masyarakat akan kepeduliannya terhadap lingkungan.

Masyarakat dapat membantu melindungi lingkungan dengan mengurangi konsumsi produk yang tidak ramah lingkungan. *Air Conditioner* merupakan salah satu alat elektronik yang tersedia di setiap rumah tangga sehingga masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan akan memilih untuk membeli *Air Conditioner* yang ramah lingkungan.

Chaudhary (2018) *Personal Norm* mengacu pada standar moral individu dan kewajiban pribadi untuk terlibat dalam perilaku yang bersangkutan. Masyarakat harus memiliki rasa adanya kewajiban untuk melakukan apa saja yang mereka bisa lakukan untuk menyelamatkan lingkungan. Dengan adanya rasa berkewajiban, masyarakat akan memilih untuk membeli *Air Conditioner* yang ramah lingkungan.

Chaudhary (2018) *Perceived Value* merupakan nilai yang dirasakan oleh pembeli. Semakin tinggi keuntungan yang dirasakan oleh seseorang, maka niat untuk melakukan pembelian juga akan semakin tinggi. Seseorang akan merasakan fungsi dan kinerja dari produk tersebut memberikan manfaat yang bagus baginya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang memiliki fungsi dan kinerja yang baik serta merupakan produk yang ramah lingkungan.

Chaudhary (2018) *Willingness to Pay* merupakan kerelaan seseorang untuk membayar, dimana harga suatu produk akan memainkan peran penting dalam pasar. Harga produk hijau cenderung akan lebih mahal karena biaya yang tinggi pada saat pemrosesan dan produksi produk hijau. Seseorang yang peduli terhadap lingkungan cenderung akan rela membayar lebih untuk produk yang ramah lingkungan yang akan memberikan manfaat jangka panjang. Oleh karena itu, orang yang rela membayar lebih akan mendukung untuk membeli produk ramah lingkungan.

Chaudhary (2018) *Purchase Intention* adalah minat pembelian terhadap produk yang ramah lingkungan. Seseorang akan mempertimbangkan untuk

membeli lebih banyak produk yang ramah lingkungan daripada produk konvensional karena kontribusi lingkungannya yang positif. Dengan adanya niat untuk melakukan pembelian produk ramah lingkungan, seseorang akan melakukan pembelian pada produk ramah lingkungan tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Behaviour AC Hemat Listrik di Kota Batam**”.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka penulis mendapatkan berbagai masalah sebagai bahan penelitian untuk di analisa diantaranya :

1. Apakah ada hubungan antara *Environmental Concern* dengan *Purchase Intention Air Conditioner*?
2. Apakah ada hubungan antara *Personal Norm* dengan *Purchase Intention Air Conditioner* ?
3. Apakah ada hubungan antara *Perceived Value* dengan *Purchase Intention Air Conditioner* ?
4. Apakah ada hubungan antara *Willingness to Pay* dengan *Purchase Intention Air Conditioner* ?
5. Apakah ada hubungan antara *Purchase Intention* dengan *Purchase Behaviour Air Conditioner* ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Mengetahui hubungan antara *Environmental Concern* dan *Purchase Intention AC* hemat listrik.
2. Mengetahui hubungan antara *Personal Norm* dan *Purchase Intention AC* hemat listrik.
3. Mengetahui hubungan antara *Perceived Value* dan *Purchase Intention AC* hemat listrik.

4. Mengetahui hubungan antara *Willingness to Pay* dan *Purchase Intention* AC hemat listrik.
5. Mengetahui hubungan antara *Purchase Intention* dan *Purchase Behaviour* AC hemat listrik.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemasaran produk perusahaan dengan meningkatkan cara pemasaran produk agar dapat menarik minat masyarakat di Kota Batam untuk membeli produk tersebut.
2. Bagi Peneliti  
Memperoleh hasil dari penelitian yang diteliti, dapat menambah ilmu dan wawasan baru serta sebagai referensi bagi peneliti baru.

### 1.4 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memberikan uraian tentang apa yang akan dibahas dan dirincikan sebagai berikut

#### BAB I

#### PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini dimana membahas tentang latar belakang penelitian, yang merupakan dasar dalam suatu penelitian untuk melakukan penelitian, permasalahan dalam suatu penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

#### BAB II

#### KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bab ini mendeskripsikan uraian dengan sistematis tentang model penelitian memuat konsep-konsep yang akan digunakan sebagai suatu kerangka dalam penelitian atau suatu landasan yang bertujuan untuk menjawab masalah yang terjadi dalam penelitian tersebut. Pembahasan pada bagian ini, difokuskan pada literatur-literatur yang

membahas teori yang relevan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dan juga mendeskripsikan tentang definisi dari variabel independen, pengaruh variabel, kemudian model penelitian dan rumusan hipotesis.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan mendeskripsikan mengenai uraian tentang rancangan penelitian, obyek penelitian, definisi operasional variabel (penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur), teknik pengumpulan data dan metode analisis data yang akan digunakan.

### BAB IV

#### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang interpretasi hasil analisis dari data yang dikumpulkan, termasuk hasil uji outlier, hasil uji multikolinieritas, hasil uji normalitas, dan hasil uji hipotesis.

### BAB V

#### KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

Dalam bab ini akan berisi tentang kesimpulan, batasan, dan rekomendasi yang peneliti berikan untuk mendukung penelitian lebih lanjut. Bab ini adalah bab dimana merupakan kesimpulan akhir dari makalah ini, dan kesimpulan yang terkandung di dalamnya akan berisi saran dan komentar pendek berdasarkan hasil dan diskusi dari bagian sebelumnya oleh penulis. Keterbatasan bagian ini menunjukkan bahwa kekurangan yang didasarkan pada peneliti yang dapat berpengaruh pada hasil penelitian ini dan membuat rekomendasi untuk penelitian masa depan atau masa depan.