

# BAB I

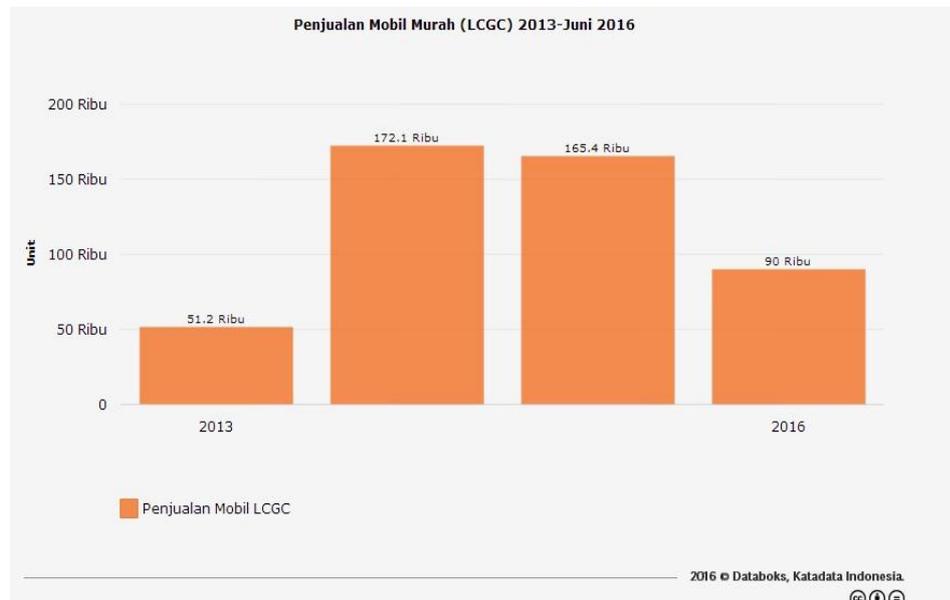
## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Di Indonesia, mobil murah ramah lingkungan alias *Low Cost Green Car* (LCGC) semakin banyak peminatnya di Tanah Air. Perbedaan pada mobil lainnya yaitu harganya murah, irit bahan bakar, serta ada sejumlah model yang menawarkan kapasitas tujuh penumpang. Sejak diluncurkan pada pertengahan 2013, *Low Cost Green Car* (LCGC) makin diminati.

Meski penjualannya sempat turun pada 2015 menjadi 165.434 unit, namun secara persentase pangsa pasar mobil murah ini meningkat. Pangsa pasar mobil LCGC pada 2015 meningkat menjadi 16,3 persen dibanding posisi 2014 sebesar 14,2 persen dari total penjualan mobil domestik. Kehadiran mobil murah mulai menggerus pangsa pasar kendaraan *multi purpose vehicle* (MPV) kelas bawah. Selain itu LCGC juga menjadi alternatif bagi pengguna motor yang ingin beralih menggunakan kendaraan roda empat. Imbasnya, penjualan motor turun sejak hadirnya mobil murah ini. Harga yang terjangkau, irit bahan bakar serta ramah lingkungan menjadi alasan masyarakat memilih mobil LCGC. Selain itu, naiknya jumlah penduduk kelas menengah Indonesia

yang berimbas meningkatnya daya beli masyarakat turut mendorong pesatnya penjualan mobil murah.<sup>1</sup>



**Gambar I.1**

**Penjualan Mobil Murah (LCGC) 2013-Juni 2016**

**Sumber:** databoks.katadata.co.id

Eksistensi mobil LCGC yang kian diminati oleh masyarakat Indonesia berdampak besar terhadap arah penjualan mobil di dalam negeri. *Trend* terbaru menunjukkan sebagian besar masyarakat lebih memilih mobil LCGC yang tentunya lebih terjangkau dan hemat bahan bakar. Munculnya berbagai macam mobil LCGC membuat masyarakat harus dapat memilih mobil LCGC yang terbaik di kelasnya.

<sup>1</sup> (<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/10/mobil-murah-makin-diminati>)

Berdasarkan data yang didapat Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), Calya kini menjadi mobil terlaris pertama di Indonesia. Sementara Sigra menjadi mobil terlaris ketiga di Indonesia setelah Toyota Avanza. LCGC lain yang bisa kita ketahui yakni Honda Brio Satya, Datsun Go dan Go+, hingga Suzuki dengan Karimun Wagon-nya. Harga tentu bervariasi dan sejumlah kelebihan masing-masing yang ditawarkan berbagai merek<sup>2</sup>. Berikut daftar harga LCGC per November 2016 dari berbagai situs pabrikan:

**Tabel I.1**

**Daftar Harga LCGC per November 2016**

| <b>Toyota<br/>Agya</b>     | <b>Suzuki Wagon R<br/>Airbag</b> | <b>Daihatsu Ayla</b>           |
|----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| A/T<br>Rp126.260.000       | GA<br>Airbag Rp103.000.000       | D MT MI =<br>Rp88.750.000      |
| G M/T<br>Rp122.530.000     | GL<br>Airbag Rp115.500.000       | D PLUS M/T<br>Rp100.950.000    |
| TRD S M/T<br>Rp126.630.000 | GS<br>Airbag Rp124.500.000       | X Elegant M/T<br>Rp119.950.000 |
| G A/T<br>Rp132.560.000     | GL AGS Airbag<br>Rp124.500.000   | X Elegant A/T<br>Rp129.000.000 |
| TRD S A/T<br>Rp137.160.000 | GS AGS Airbag<br>Rp133.000.000   | Airbag X A/T<br>Rp125.250.000  |

**Sumber:** otomotif.news.viva.co.id

<sup>2</sup> (<http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/845105-daftar-harga-terbaru-mobil-lcgc-november-2016>)

Riset Frost & Sullivan, menyebutkan kehadiran mobil-mobil LCGC akan menjadi motor pendorong penjualan otomotif nasional. Sentimen eksternal akan mempengaruhi mata uang rupiah. Pelemahan rupiah bisa menaikkan biaya impor untuk komponen dan suku cadang otomotif. Sedangkan LCGC relatif tidak terpengaruh lantaran kandungan komponen lokalnya sudah tinggi. Vivek Vaidya, *Vice President* sektor Otomotif dan Transportasi, Frost & Sullivan Asia Pasifik, mengatakan kenaikan biaya impor otomotif memberikan dampak yang signifikan, seperti kenaikan harga suku cadang. Ia juga mengatakan CBU impor, terutama mobil mewah, cenderung menjadi lebih mahal apabila mata uang rupiah tetap melemah. “Mobil LCGC merupakan yang paling tidak terkena dampak, karena kandungan komponen lokalnya tinggi,” ia menambahkan. Dalam 5 tahun ke depan, sektor otomotif Indonesia akan ditentukan oleh 5 faktor diantaranya LCGC orientasi ekspor, persaingan otomotif dengan Thailand dan pasar tunggal ASEAN.<sup>3</sup>

Saat ini segmen mobil yang sedang diminati adalah segmen mobil murah dan ramah lingkungan. Menurut Gaikindo, segmen mobil murah dan ramah lingkungan adalah mobil dengan harga kisaran Rp. 75 juta sampai Rp. 115 juta. berkapasitas lima penumpang dengan kapasitas mesin 1000 cc.

---

<sup>3</sup> (<http://swa.co.id/swa/trends/marketing/penjualan-karimun-ditargetkan-naik-15>)

Mobil mini dengan segmen murah dan ramah lingkungan sedang diminati konsumen karena menawarkan kepraktisan bergerak di tengah lalu lintas padat dan konsumsi bahan bakar yang cukup irit. Mobil mini dengan segmen murah dan ramah lingkungan di Indonesia dalam beberapa tahun ini sangat padat oleh berbagai merek pabrikan dunia. Sehingga kini mobil mini di segmen murah dan ramah lingkungan terdapat beragam varian seperti Daihatsu Ayla, Toyota Agya, Honda Brio Satya, dan Suzuki Karimun Wagon R. Karimun Wagon R adalah produk mobil dari Suzuki untuk mengisi segmen mobil dengan harga terjangkau. Mobil mini Suzuki ini dikandidatkan sebagai mobil LCGC (*Low Cost Green Car*) yang artinya bahwa produksi mobil ini dilakukan di Indonesia untuk menekan biaya produksi sehingga mobil ini dipasarkan dengan harga yang cukup murah. Selain itu mobil mini ini juga hemat bahan bakar dengan minimal penghabisan 1 liter bensin untuk 20 km. karena memang salah satu syarat mobil LCGC (*low cost green car*) adalah harus irit bahan bakar dan mobil ini juga masuk dalam program KBH2 (Kendaraan Bermotor Roda Empat Hemat Bahan Bakar dan Harga Terjangkau)

Suzuki memilih konsep *simple*, *modern*, dan *boxy* untuk menggarap mobil mini ini. Hal ini dibuktikan dengan spesifikasi Karimun Wagon R dengan desainnya yang menawarkan dengan desain yang cukup kotak dan ukurannya yang mini. Untuk dimensinya sendiri mobil ini memiliki ukuran 3,600x1,475x1,670 (PxLxT/mm) yang tentunya akan memudahkan anda melewati jalan yang sempit atau saat anda parkir karena mobil ini

memiliki radius putar hanya 4,6 m. untuk *body* bagian depannya Suzuki Karimun Wagon R ini menawarkan *Front Grill Elegant* dengan desain yang cukup *stylish* dan *sporty*. Ditambah adanya *fog lamp* dan *light blue eyes* yang akan mempercantik mobil ini tentunya juga akan memberikan pencahayaan yang maksimal. *Roof rail dashing* yang ada di atas mobil ini juga menambah kesan keunikan dari desain mobil ini. Tentunya hal-hal diatas membuat spesifikasi Suzuki Karimun Wagon R dari desainnya ini memiliki kesan yang imut, mini, dan modern. Suzuki Karimun Wagon R disematkan mesin K10B kapasitas 988 cc dengan sistem DOHC, 12 katup yang dilengkapi dengan silinder. Dengan mesin tersebut mobil mini ini dapat mencapai tenaga maksimal 68 hp pada 6.200 rpm, sedangkan torsi maksimal yang dapat dihasilkan adalah 90 Nm pada 3.500 rpm. Selain itu mobil ini juga disematkan fitur *Gear Shift Indicator* yang akan memudahkan anda untuk memindahkan persneling gigi secara tepat.<sup>4</sup>

**Tabel I.2**  
**Data Index City Car Januari-Desember 2016**

| <b>MERЕК</b>  | <b>TBI</b> | <b>TOP</b> |
|---------------|------------|------------|
| Honda Jazz    | 22.5%      | TOP        |
| Toyota Agya   | 12.7%      | TOP        |
| Toyota Yaris  | 9.7%       |            |
| Honda Brio    | 8.7%       |            |
| Daihatsu Ayla | 7.0%       |            |

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)<sup>5</sup>

<sup>4</sup> (<http://mobil-mewah.net/suzuki-karimun-wagon-r-vs-toyota-agya/>)

<sup>5</sup> [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1)

Berdasarkan keterangan tabel di atas didapatkan data bahwa *top brand index award* sepanjang tahun 2016 menunjukkan bahwa pada kategori otomotif *city car* Honda jazz menduduki peringkat tertinggi sebesar 22.5 % dan yang menduduki peringkat paling bawah yaitu 7.0 % pada Daihatsu Ayla. Sedangkan Suzuki Wagon R tidak masuk peringkat dalam *top brand index*. Perbandingan dengan pesaing dikelasnya yaitu Toyota Agya boleh jadi memiliki bentuk desain yang lebih proporsional dengan mengusung desain *hatchback* yang memiliki atap rendah, sedangkan Suzuki Karimun Wagon R memiliki bentuk *city car* dengan atap tinggi, atau yang sering disebut *Kei Car* di Jepang. Baik Toyota Agya maupun Suzuki Karimun Wagon R memiliki desain yang cukup manis dan tidak *nyeleneh*. Namun secara dimensi baik Toyota Agya dan Suzuki Karimun Wagon R keduanya memiliki dimensi yang mirip. Dimensi Toyota Agya unggul dengan *wheelbase* lebih panjang 50 mm dan lebih lebar 125 mm. Sedangkan untuk *ground clearance* meskipun Toyota Agya terlihat lebih pendek, ternyata jarak pijak antara tanah dengan bodi Toyota Agya lebih tinggi 10 mm dibandingkan dengan Suzuki Karimun Wagon R. Nah, untuk masalah tinggi tentunya Suzuki Karimun Wagon R jauh lebih tinggi dibandingkan dengan toyota Agya dengan perbedaan yang cukup signifikan diangka 1.700 mm sedangkan Agya hanya 1.520 mm.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> (<https://autonetmagz.com/komparasi-perbandingan-suzuki-karimun-wagon-r-vs-toyota-agya/6425/>)

**Tabel I.3**  
**Komparasi Perbandingan Wagon Vs Agya**

|                     | <b>Karimun<br/>Wagon R</b> | <b>Toyota<br/>Agya</b> |
|---------------------|----------------------------|------------------------|
| Panjang             | 3600                       | 3600                   |
| Lebar               | 1475                       | 1600                   |
| Tinggi              | 1700                       | 1520                   |
| Wheelbase           | 2400                       | 2450                   |
| Ground<br>Clearance | 170                        | 180                    |

**Sumber:** <https://autonetmagz.com>

Masyarakat yang berkehidupan modern saat ini turut mempengaruhi pola perilakunya dalam pembelian suatu mobil. Kehidupan modern seringkali di identikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan jaman. Dalam kondisi seperti ini, *green marketing* turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yang murah dan ramah lingkungan turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh *green brand image* dan *green price sensitivity* terhadap *green purchase intention* mobil Suzuki Karimun Wagon R di Jakarta Dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *green brand image* dan *green price sensitivity* terhadap niat membeli produk ramah lingkungan mobil Suzuki Karimun Wagon R di Jakarta.

Membuka awal tahun, LCGC tetap diharapkan sebagai salah satu pasar terbesar kedua setelah *low* MPV. Setelah Toyota Agya bisa bertahan di puncak LCGC terlaris, Suzuki Karimun Wagon R malah semakin tenggelam. Data penjualan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) melaporkan, sepanjang Januari 2016 lalu, LCGC secara keseluruhan berhasil terjual sebanyak 13.535 unit. Pencapaian ini masih diatas *low* SUV yang hanya 12.519 unit, namun masih dibawah *low* MPV sebanyak 19.035 unit. Toyota Agya dengan jualan sebanyak 4.024 unit menempati posisi pertama LCGC terlaris. Sementara Suzuki Karimun Wagon R terjual kurang dari 1.000 unit, tepatnya hanya 790 unit, sehingga membuatnya berada pada urutan paling buncit. Ditengah, Honda Brio Satya yang terjual sebanyak 1.918 unit menguntit Datsun GO+ Panca yang jualannya sebesar 2.218 unit. Sementara saudaranya Datsun GO Panca (*hacthback*) terjual sebanyak 1.077 unit. Berikut mobil LCGC terlaris pembuka tahun 2016<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> (<http://www.tribunnews.com/otomotif/2016/02/16/penjualan-suzuki-karimun-wagon-di-posisi-buncit>)

**Tabel I.4**  
**Mobil LCGC Terlaris Pembuka Tahun 2016**

| No | Mobil                  | Unit  |
|----|------------------------|-------|
| 1  | Toyota Agya            | 4.024 |
| 2  | Daihatsu Ayla          | 3.508 |
| 3  | Datsun GO              | 2.218 |
| 4  | Honda Brio             | 1.918 |
| 5  | Datsun GO Panca        | 1.077 |
| 6  | Suzuki Karimun Wagon R | 790   |

**Sumber:** ([www.tribunnews.com/otomotif/2016](http://www.tribunnews.com/otomotif/2016))

Pada tabel I.4 di atas menunjukkan bahwa mobil terlaris pembuka tahun 2016. Toyota Agya menduduki peringkat pertama, padahal mobil Toyota Agya lebih mahal daripada Suzuki Wagon R, tetapi memiliki kualitas hampir sama. Daihatsu Ayla menduduki peringkat kedua, padahal mobil Daihatsu Ayla lebih murah dan memiliki kualitas di bawah Wagon R.

Di awal tahun 2016, penjualan Suzuki karimun Wagon R terbeling rendah dibandingkan Kompetitor lainnya. padahal dari segi kualitas yang dimiliki oleh Suzuki Wagon R tidak terlalu jauh dari Kompetitor lainnya. Disini menjadi masalah kenapa mobil Suzuki Karimun Wagon tidak mampu bersaing terhadap mobil lain di kelasnya.

Penjualan kendaraan secara *wholesales* , pabrik ke diler. Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) pada Oktober 2016, mencapai 91.846 unit. Angka ini menurun dibandingkan penjualan bulan sebelumnya yang tercatat 92.543 unit. Meski

demikian, jumlah tersebut lebih tinggi dibandingkan periode yang sama di tahun lalu, yang mencapai 88.408 unit. Jika dihitung sejak Januari-Oktober 2016, penjualan di sektor kendaraan beroda empat telah tembus 874.703 unit. Dari data tersebut, Oktober 2016 masih ditempati Toyota di posisi pertama dengan penjualan sebanyak 34.120 unit. Angka penjualan Toyota memang menurun ketimbang bulan September 2016 yang tembus 36.996 unit. Jika melihat data Gaikindo, sepanjang Januari-Oktober 2016, Toyota membukukan penjualan total secara *wholesales* sebanyak 309.192 unit atau mendominasi penjualan nasional dengan persentase 35,35 persen. Di posisi kedua, kali ini masih ditempati Daihatsu dengan penjualan 19.177 unit. Sepanjang Januari-Oktober 2016, saudara dari Toyota ini berhasil membukukan penjualan 152.733 unit atau berkontribusi 17,46 persen terhadap penjualan mobil nasional sepanjang 2016. Posisi ketiga ditempati Honda dengan penjualan 17.088 unit. Sepanjang Januari-Oktober 2016, Honda tercatat berhasil membukukan penjualan sebanyak 168.937 unit atau berkontribusi terhadap penjualan nasional 19,31 persen.<sup>8</sup>

Dari kesimpulan di atas merek Toyota yang menduduki peringkat pertama, peringkat kedua Daihatsu dan peringkat ketiga Honda yang menjadi merek mobil terlaris di Indonesia. Merek Suzuki menduduki peringkat lima dalam merek mobil terlaris di Indonesia. Adapun bermacam-macam merek mobil yang terjual di Indonesia. Salah satu merek mobil yang sedang laris di pasar mobil Indonesia adalah mobil LCGC. Merek mobil

---

<sup>8</sup> (<http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/849000-10-merek-mobil-terlaris-di-indonesia-oktober-2016>)

LCGC yang ada di Indonesia diantaranya adalah Datsun GO+ Panca dan Datsun GO Panca, Suzuki Wagon R, Honda Brio Satya, Daihatsu Ayla, dan Toyota Agya. Pada tahun 2016 Toyota memang menempati posisi tertinggi pada penjualan mobil di Indonesia. sedangkan dalam tabel di bawah ini, urutan terendah di tempati oleh mobil Datsun. Berikut 10 merek otomotif terlaris di Indonesia:

**Tabel I.5**  
**10 Merek Otomotif Terlaris di Indonesia**

| No | Merek         | Jumlah      |
|----|---------------|-------------|
| 1  | Toyota        | 34.120 unit |
| 2  | Daihatsu      | 19.177 unit |
| 3  | Honda         | 17.088 unit |
| 4  | Mitsubishi    | 8.138 unit  |
| 5  | Suzuki        | 7.200 unit  |
| 6  | Hino          | 2.161 unit  |
| 7  | Isuzu         | 1.293 unit  |
| 8  | Nissan        | 880 unit    |
| 9  | Mercedes-Benz | 334 unit    |
| 10 | Datsun        | 239 unit    |

Sumber: [www.otomotif.news.viva.co.id](http://www.otomotif.news.viva.co.id)<sup>9</sup>

<sup>9</sup> <http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/849000-10-merek-mobil-terlaris-di-indonesia-oktober-2016>

Mengutip data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), penjualan Wagon R secara *wholesales* periode Januari-September 2016 baru mencapai 7.643 unit. Per bulannya rata-rata di angka 700-an unit.<sup>10</sup> Dari masalah penjualan di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan mobil Suzuki Wagon R masih sedikit dibandingkan dengan kompetitor mobil LCGC lainnya.

Peneliti melakukan pra riset dengan memberikan pertanyaan kuesioner kepada 100 responden mengenai niat beli terhadap Suzuki Wagon R yang dipengaruhi oleh citra merek ramah lingkungan (*Green Brand Image*) dan sensitivitas harga ramah lingkungan (*Green Sentifity Price*)

**Tabel I.6**  
**Rekapitulasi Calon Customer Mengenai Mobil Suzuki Wagon R**

| No | Pertanyaan                                                             | STS | TS        | N  | S  | SS       |
|----|------------------------------------------------------------------------|-----|-----------|----|----|----------|
| 1  | Suzuki memiliki komitmen tinggi untuk menjaga lingkungan               | 5   | 35        | 34 | 24 | 2        |
| 2  | Suzuki memiliki reputasi yang baik dalam usaha melestarikan lingkungan | 6   | 34        | 35 | 22 | 3        |
| 3  | Mobil Suzuki terkenal ramah                                            | 3   | <b>39</b> | 29 | 28 | <b>1</b> |

<sup>10</sup> (<http://www.otomania.com/read/2016/11/30/084500830/karimun.wagon.r.bisa.jadi.korban.ignis>)

|          |                                                                                                              |          |    |    |    |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----|----|----|-----------|
|          | lingkungan                                                                                                   |          |    |    |    |           |
| <b>4</b> | Suzuki mempunyai visi mobil dengan merk yang ramah lingkungan                                                | 6        | 24 | 37 | 31 | 2         |
| <b>5</b> | Secara umum, harga merupakan pertimbangan utama dalam membeli mobil                                          | <b>0</b> | 4  | 7  | 30 | <b>59</b> |
| <b>6</b> | Saya bersedia membeli mobil yang ramah lingkungan walaupun harganya lebih tinggi dari harga mobil biasa      | 2        | 9  | 27 | 32 | 30        |
| <b>7</b> | Saya membuat perbandingan harga antara produk mobil ramah lingkungan lainnya (Calya, Agya, Alya, Datshun Go) | 1        | 3  | 19 | 33 | 44        |
| <b>8</b> | Saya kurang bersedia untuk membeli mobil                                                                     | <b>1</b> | 5  | 24 | 22 | 48        |

|           |                                                                            |   |           |    |    |    |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------|---|-----------|----|----|----|
|           | Suzuki Wagon R jika saya pikir harganya tinggi                             |   |           |    |    |    |
| <b>9</b>  | Jika membeli mobil ramah lingkungan saya akan membeli mobil Suzuki Wagon R | 6 | 44        | 38 | 10 | 2  |
| <b>10</b> | Kesediaan saya untuk membeli mobil Suzuki Wagon R tinggi                   | 8 | 47        | 34 | 9  | 2  |
| <b>11</b> | Saya cenderung untuk membeli mobil Suzuki Wagon R                          | 6 | <b>51</b> | 32 | 10 | 11 |

**Sumber:** data dikelola oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan hasil pra riset penelitian tentang mobil Suzuki Wagon R sebanyak 39, responden tidak setuju dengan mobil Suzuki terkenal ramah lingkungan. Sebanyak 59, responden sangat setuju jika secara umum, harga merupakan pertimbangan utama dalam membeli mobil. Serta, sebanyak 51 responden cenderung tidak setuju untuk membeli mobil Suzuki Wagon R. Dari ketiga kesimpulan tersebut merupakan angka yang tertinggi pada tiap variabel. Untuk yang terendah pada tiap variabel ialah hanya 1 responden yang sangat setuju terhadap

mobil Suzuki terkenal ramah lingkungan , tidak ada responden memilih sangat tidak setuju secara umum harga merupakan pertimbangan utama dalam membeli mobil, dan hanya 1 responden sangat tidak setuju untuk membeli mobil Suzuki Wagon R jika kalau dipikir harganya tinggi.

**Tabel I.7**

| <b>Variabel Penelitian</b> |                                        |
|----------------------------|----------------------------------------|
| <b>X1</b>                  | <b><i>Green Brand Image</i></b>        |
| <b>X2</b>                  | <b><i>Green Price Sensitivity</i></b>  |
| <b>Y</b>                   | <b><i>Green Purchase Intention</i></b> |

**Sumber:** data dikelola oleh Peneliti (2017)

Alasan Peneliti memilih variabel tersebut dan ingin melakukan penelitian tersebut dikarenakan ketika mobil Wagon R baru dikeluarkan pada tahun 2013, konsumen mempertanyakan mengenai harga dan citra merek mobil Suzuki Wagon R, hal ini peneliti akan membahas tentang variabel bebas mengenai *Green Brand Image* (X1). Hal lainnya yang konsumen pertanyakan tentang kualitas kendaraan dengan harga yang murah dalam kelas LCGC. Hal tersebut peneliti akan membahas variabel bebas yakni mengenai *Green Price Sensitivity* (X2). Berdasarkan kedua variabel bebas tersebut maka *Green Purchase Intention* sebagai variabel terikat (Y). Alasannya adalah ketika konsumen mempertanyakan sensitivitas harga dan citra merek terhadap mobil Suzuki Wagon R maka konsumen secara langsung ingin mengetahui secara jelas dan ketika konsumen sudah mengetahui hal tersebut maka akan menimbulkan minat pembelian bagi konsumen sehingga akan menimbulkan tindakan membeli dimasa yang akan datang.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Ramah Lingkungan (*Green Brand Image*) dan Sentivitas Harga Ramah Lingkungan (*Green Price Sensitivity*) Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (*Green Purchase Intention*) (Survei Mobil Suzuki Wagon R di Wilayah Jakarta).”**

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

Dari uraian mengenai penelitian ini, dapat diidentifikasi beberapa masalah diantaranya :

1. Harga yang terlalu tinggi dari pesaing mobil LCGC lainnya membuatnya menjadi kurang diminati oleh konsumen.
2. Citra Merek pada mobil ramah lingkungan Suzuki Wagon R kurang di dengar oleh masyarakat. Masyarakat lebih banyak memilih mobil LCGC yang sudah terkenal seperti Toyota dan Honda
3. Banyaknya pesaing dalam pasar LCGC dengan kualitas yang lebih baik dari Wagon R membuat minat beli konsumen menjadi teralihkan kepada mobil LCGC lainnya sehingga menurunnya tingkat penjualan pada tahun 2016.

## **1.3 BATASAN MASALAH**

Agar penelitian ini bisa menjadi fokus, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian ini hanya dibatasi tentang *Green Brand Image*, *Green Price Sensitivity* dan *Green Purchase Intention* yang berfokus mengenai Suzuki Wagon R
2. Penelitian ini dibatasi ruang lingkup di wilayah Jakarta.
3. Responden pada penelitian ini hanya difokuskan untuk masyarakat Jakarta.

#### **1.4 RUMUSAN MASALAH**

Dari latar belakang masalah, permasalahan utama pada penelitian ini adalah faktor mengenai citra merek dan sensitivitas harga terhadap minat beli mobil Suzuki Wagon R. Masalah-masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Green Brand Image* atau pengaruh terhadap minat beli produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) Wagon R
2. Apakah *Green Price Sensitivity* atau harga sensitivitas ramah lingkungan Suzuki Wagon R berpengaruh terhadap minat beli produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) Wagon R
3. Apakah *Green brand image* dan *Green price sensitivity* berpengaruh terhadap minat beli produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) Suzuki Wagon R.

#### **1.5 KEGUNAAN PENELITIAN**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi :

1. Secara Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan teori baru tentang citra merek hijau dan sensitivitas harga hijau yang berpengaruh terhadap niat beli, sehingga dapat

menarik konsumen untuk membelinya. Penelitian ini dapat menjadi bahan pembandingan untuk melakukan penelitian berikutnya.

- b. Penelitian ini bisa digunakan bagi konsumen sebagai referensi yang ingin membeli Suzuki Wagon R berdasarkan *Green brand image* (Citra Merek Hijau) dan *Green Price Sensitivity* (Sensitivitas Harga Hijau) mobil tersebut.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini memberikan informasi, pandangan serta gambar bagi para konsumen dalam dunia otomotif dengan melihat dari citra merek ramah lingkungan dan sensitivitas harga ramah lingkungan, sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian mobil Suzuki Wagon R.