

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN TERAPAN



JUDUL :

Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention Pembelian Kendaraan Bermotor Type Hybrid

TIM PENGUSUL

Lia Suprihartini, SE., MM (NIDN. 1001108204)
Dr. Dedi Herdiansyah (NIDN. 0009107505)
H. Meizi Fahrizal, SE., M.Si (NIDN. 0019056807)

Anggota pendukung:
1 Teknisi dan 2 Mahasiswa

POLITEKNIK NEGERI PONTIANAK
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
OKTOBER 2022

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN TERAPAN



JUDUL :

Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention Pembelian Kendaraan Bermotor Type Hybrid

TIM PENGUSUL

Lia Suprihartini, SE., MM (NIDN. 1001108204)
Dr. Dedi Herdiansyah (NIDN. 0009107505)
H. Meizi Fahrizal, SE., M.Si (NIDN. 0019056807)

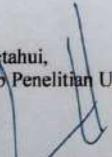
Anggota pendukung:
1 Teknisi dan 2 Mahasiswa

POLITEKNIK NEGERI PONTIANAK
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
OKTOBER 2022

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENELITIAN TERAPAN**

1. Judul : Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid
2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : Manajemen Pemasaran
3. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap & gelar : Lia Suprihartini, SE., MM
- b. NIDN : 1001108204
- c. Jabatan Fungsional : Lektor
- d. Program Studi : Administrasi Bisnis Otomotif (D4 ABO)
- e. No HP : 081277276056
- f. Alamat Surel (Email) : lia.arai@gmail
4. Jumlah Anggota Pelaksana : 5 orang
- a. Nama Anggota 1 : Dr. Dedi Herdiansyah
NIDN : 0009107505
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Pontianak
- b. Nama Anggota 2 : H. Meizi Fahrizal, SE., M.Si
NIDN : 0019056807
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Pontianak
5. Teknisi Peneliti (Staf Prodi) :
- a. Nama Lengkap : Tommy Galih Gilang
- b. NUP : 199102182018051991
6. Anggota Peneliti (Mahasiswa 1)
- a. Nama Lengkap : Daeng Andi Ronaldi (Prodi D4 ABO)
- b. NIM : 4201829018
- Anggota Peneliti (Mahasiswa 2)
- a. Nama Lengkap : Hapsah (Prodi D4 ABO)
- b. NIM : 4201829001
7. Biaya Penelitian : Rp 15.000.000,- (*Lima Belas Juta Rupiah*)

Mengetahui,
Ka Sub Penelitian UPPM Polnep

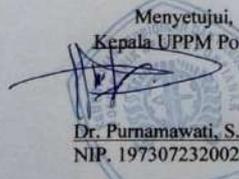

Wendhi Yuniarto, ST., MT
NIP. 197406231999031001

Pontianak, 19 Oktober 2022

Ketua Pelaksana,


Lia Suprihartini, SE., MM
NIP. 198210012014042001

Menyetujui,
Kepala UPPM Polnep


Dr. Purnamawati, S.Pi., M.Si
NIP. 197307232002122001

Scanned by TapScanner

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Daftar Isi	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	14
BAB 4 METODE PENELITIAN	16
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	23
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	28
Daftar Pustaka	40
Lampiran	42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Laporan Keuangan Penelitian dan Bukti Dokumen
2. Log Book dan Bukti Dokumen dan Foto Dokumentasi Kegiatan Penelitian
3. Formulir Evaluasi Atas Capaian Luaran Kegiatan
4. Draft dan atau Artikel HKI dan Publikasi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kendaraan Jenis Sepeda motor merupakan salah satu kendaraan yang paling banyak di gunakan oleh pengendara khususnya di Indonesia, terlebih masyarakat Indonesia memiliki daya beli yang cukup tinggi terhadap kendaraan ini karena dari segi harga termasuk kategori cukup terjangkau. Dipilihnya kendaraan roda dua sebagai transportasi yang banyak digunakan dikarenakan kendaraan tersebut tergolong praktis dan efisien dibandingkan dengan jenis kendaraan lain nya dalam penggunaannya sehari-hari serta biaya transportasi lebih murah dan waktu tempuh yang bisa lebih cepat sampai ke tujuan. Menurut Tjiptono (1997:204) “Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dalam jangka waktu tertentu”

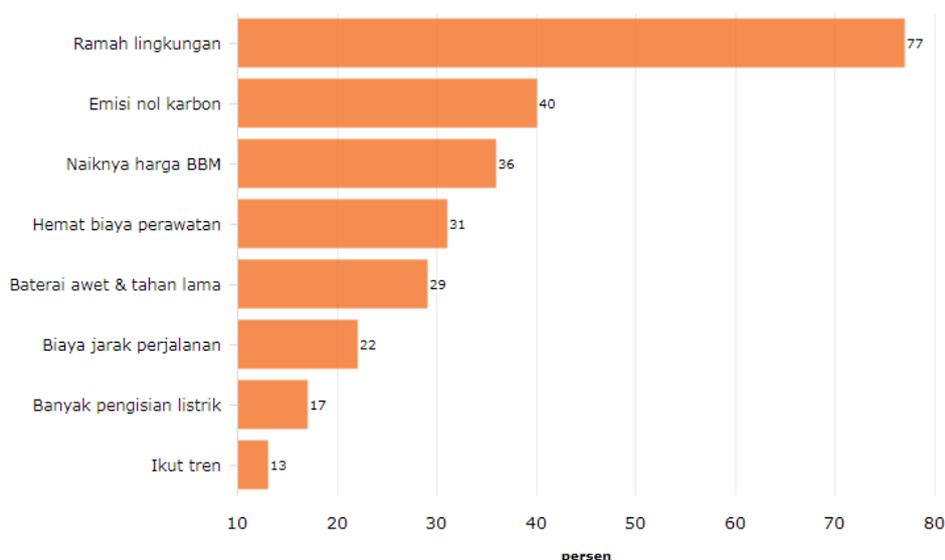
Pengguna sepeda motor di Indonesia saat ini semakin banyak jumlahnya, dimana setiap tahun nya terjadi peningkatan terhadap pembelian dan permintaan sepeda motor. Namun tenaga fosil yang dipergunakan sebagai bahan bakar menjadi penyebab semakin menurunnya kesehatan masyarakat dan tentunya dapat merusak lingkungan. Isu yang semakin marak saat ini yang kita kenal sebagai Isu global warming. Menurut Penelitian dari para ahli, istilah global warming memiliki kaitan yang erat sangat dengan penggunaan alat transportasi yang menggunakan bahan bakar dari fosil tersebut. Sebagai dampak dari kerusakan lingkungan yang muncul diakibatkan oleh aktifitas transportasi tersebut menjadi pencetus munculnya gerakan untuk menghadirkan serta mengembangkan suatu sistem transportasi yang lebih ramah lingkungan yang kita kenal sebagai sistem transportasi yang berkelanjutan (*sustainabletransport*).

Seiring dengan menguatnya isu pemanasan global (*Global Warming*), hal tersebut menuntut industri otomotif untuk dapat menghadirkan kendaraan yang ramah lingkungan. Di Indonesia, kebijakan Pemerintah terkait Green Policy diwujudkan dengan beberapa hal antara lain, melalui produk yang ramah lingkungan serta proses produksi yang juga ramah lingkungan. Langkah

tersebut diwujudkan dengan diperkenalkannya standar Euro dipergunakannya Teknologi Hybrid yang merupakan perpaduan antara Mesin Kendaraan Konvensional dengan Teknologi Elektrik, serta mobil motor bertenaga listrik dengan harapan dapat mengurangi akibat Buruk Emisi Buangan Gas kendaraan bermotor di Indonesia. Berbagai upaya telah dilakukan dalam rangka mengurangi penggunaan bahan bakar fosil tersebut pada sektor transportasi darat. Salah satu hal yang dilakukan antara lain dengan penggunaan sepeda motor hybrid dan sepeda motor listrik.

Grafik 1

Ragam Alasan Responden dalam membeli kendaraan Listrik (Januari 2022)



Sumber : Populix, Februari 2022

Dari data diatas menurut hasil survei Populix, sebuah Jasa Survey dan Riset, sampai Januari 2022 ada sekitar 29% responden yang berencana membeli motor listrik. Ada juga 31% responden yang berencana membeli mobil listrik dalam lima tahun mendatang. Survei ini dilakukan selama periode 3-9 Januari 2022 kepada 1.002 warga Indonesia, terdiri dari 523 laki-laki dan 479 perempuan, dengan rentang usia 18 hingga 55 tahun.

Adapun alasan utama yang mendorong para responden untuk membeli dan menggunakan kendaraan listrik adalah isu lingkungan. Sebanyak 77% responden berminat menggunakan kendaraan listrik karena ramah lingkungan, dan 40%

responden demi mewujudkan nol emisi karbon atau *zero emission*. Sebanyak 36% responden memilih kendaraan listrik karena kenaikan harga BBM, dan 31% karena hemat biaya perawatan. Ada juga 29% responden yang ingin memakai kendaraan listrik karena baterainya dinilai awet dan tahan lama, 22% karena biaya perjalanan lebih hemat, 17% responden karena ingin memanfaatkan stasiun pengisian kendaraan listrik, dan 13% responden lainnya karena ingin mengikuti tren. Mayoritas responden juga meyakini bahwa kendaraan listrik akan semakin ramah lingkungan, menjadi kendaraan masa depan, dan dapat mengurangi permintaan terhadap bahan bakar minyak (<https://databoks.katadata.co.id/>)

Garfik 2

Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2021



Sumber: AISI (Asosiasi Sepeda Motor Indonesia)

Meningkatnya penjualan sepeda motor konvensional seperti terlihat pada tabel 3, menurut data AISI (Asosiasi Sepeda Motor Indonesia) untuk tahun 2021 menyentuh angka 5 juta unit tepatnya 5.057.526. Tapi hal tersebut tidak diikuti dengan meningkatnya secara signifikan terhadap pengguna sepeda motor tipe Hybrid ataupun listrik.

Salah satu Produsen Motor terbesar yaitu PT Astra Honda Motor (AHM) yang juga mengeluarkan All New PCX Hybrid yang dikenal sebagai varian e:HEV (Hybrid Electric Vehicle), melalui Direktur Pemasaran PT. AHM Thomas Wijaya mengatakan bahwa motor hybrid pertama di Indonesia ini penjualannya bagai bumi dan langit dengan model PCX bensin, "PCX e:HEV selama penjualan dari tahun 2018 itu selama 3 tahun kurang lebih di atas 2.000 unit penjualan dari PCX Hybrid." (www.cnbcindonesia.com). Sedangkan

Produsen Motor lainnya Yaitu Yamaha, dengan produk sepeda motor Hybrid nya yaitu Yamaha Fazzio Hybrid, melalui Antonius Widianoro, Manajer Public Relation & YRA, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) dalam keterangan resminya, Rabu (19/1/2022), respon konsumen yang melakukan indent online melalui market place Blibli (partner e-commerce Yamaha) terjual sebanyak 1.000 unit pertama dalam waktu kurang dari 5 jam sejak diluncurkan secara daring 17 Januari 2022 (www.otto.detik). Hal ini cukup memberi angin segar dalam penjualan sepeda motor type hybrid.

Masih belum begitu populer nya sepeda motor Hybrid dimasyarakat dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kendaraan hybrid itu sendiri. Kendaraan Hybrid sendiri merupakan salah satu kategori produk green product atau produk ramah lingkungan. Konsumen yang peduli dan memiliki pengetahuan tentang isu-isu lingkungan umumnya membeli produk yang ramah lingkungan (Laroche et al., 2001). Dengan adanya pemahaman mengenai Green Product (Green Product Knowledge), serta edukasi yang diberikan kepada masyarakat diharapkan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat tentang green product tersebut. Adanya pengetahuan yang lebih serta informasi yang mereka dapatkan baik berupa atribut, fungsi dan utilitas produk, tentu akan menimbulkan kepercayaan diri yang cukup tinggi bagi masyarakat dalam memberikan penilaian terhadap produk ramah lingkungan tersebut dan tentunya mempengaruhi niat beli mereka. Pengetahuan itu dapat membantu konsumen membuat penilaian yang lebih komprehensif tentang *green product*. Sebaliknya, jika konsumen kekurangan informasi atau pengetahuan terkait produk, itu akan mengurangi kepercayaan pada produk yang mereka pilih, dan mengurangi perilaku pembelian green product mereka. Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Nobel Kristian Tripandoyo Tampubolon dengan judul Analisis Hubungan *Green Product Knowledge*, *Green Awareness* dan *Green Lifestyle* dengan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Kasus: Mahasiswa Universitas Sumatera Utara), hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan *green product knowledge*, *green awareness* dan *green lifestyle* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli dengan variable *green lifestyle* yang paling besar mempengaruhi minat beli.

Harga juga menjadi salah satu penentu masyarakat sebagai seorang konsumen dalam menjatuhkan pilihannya untuk membeli suatu produk. Untuk produk sepeda motor Hybrid Honda jenis PCX e:HEV saat ini dibanderol sekitar Rp 43.550.000,00, sedangkan untuk Produk sepeda motor Hybrid keluaran Yamaha, di banderol di harga Rp. 22.000.000,00. Jika dilihat dari harga jenis sepeda motor hybrid tersebut, dapat dikategorikan cukup mahal jika dibanding kan jenis sepeda motor konvensional. Menurut Kotler dan Armstrong, Harga (Price) dalam arti sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan Persepsi Harga (*Perceiverd Price*) adalah persepsi konsumen ketika melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah atau adil (*Schiffman dan Kanuk 2015*). Harga sepeda motor Type hybrid saat ini memang lebih mahal jika dibandingkan dengan sepeda motor konvensional. Harga yang tinggi tersebut tentu berkorelasi terhadap buangan emisi yang lebih sedikit dan dengan menggunakan tenaga listrik yang tentu nya ramah bagi lingkungan juga kesehatan manusia. Meningkatkan edukasi serta pemahaman terhadap persepsi masyarakat mengenai harga (*Perceived Price*) adalah hal yang urgensi saat ini. Pemahaman akan harga yang lebih tinggi tetapi memberikan manfaat yang lebih besar, tidak hanya terhadap kebermanfaatian atas utilitas dari barang tersebut melainkan terhadap kesehatan lingkungan. Penelitian sebelumnya mengenai *Perceived price* pernah dilakukan oleh Agung Wiranto Setyabudi dan Tania Adialita yang berjudul “Pengaruh Green Product Knowledge, Green Trust, dan Perceived Price terhadap Green Purchase Intention Konsumen AMDK Merk Aqua dengan Botol 100% Recycle. *Green product knowledge* berpengaruh positif terhadap *green trust*, sedangkan *green product knowledge* tidak berpengaruh terhadap *green purchase intention* tanpa dimediasi oleh *green trust* . Hal lainnya ditemukan bahwa *green trust* berpengaruh positif terhadap *green purchase intention* dan dapat dimoderasi positif oleh *perceived price*.

Pemerintah sebagai pembuat kebijakan, telah mengeluarkan berbagai kebijakan terkait Low Cost Green Car (LCGC). Peraturan Pemerintah no

41/2013 tentang barang kena pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai pajak penjualan atas barang mewah. Berdasarkan peraturan pemerintah tersebut program LCGC dilatarbelakangi oleh upaya pemerintah dalam mendorong penggunaan kendaraan bermotor yang hemat energi dan ramah lingkungan, dimana mobil LCGC ini mendapat keringanan membayar pajak setiap tahunnya karena harganya yang lebih murah daripada harga mobil pada umum. Tetapi pada pelaksanaannya Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan jaman, permintaan masyarakat terhadap LCGC yang semakin meningkat ini kemudian mengasah produsen untuk tetap memproduksi LCGC dengan kualitas yang lebih bagus, sehingga berdampak pada harga jual produk yang lebih tinggi tetapi tidak sesuai dengan Permenperin yang sudah ditetapkan.. Contohnya, pada pasal 2 nomor 1 bagian (e) menyebutkan bahwa harga jual KBH2 setinggi-tingginya Rp.95,000,000 (sembilan puluh juta rupiah) berdasarkan lokasi kantor pusat Agen Pemegang Merek, namun harga untuk beberapa produk LGCG dijual dengan harga lebih dari Rp. 150 juta an. Artinya syarat-syarat yang memungkinkan pihak ATPM untuk mengubah harga juga sudah tidak sesuai dengan syarat yang dituliskan oleh pihak pemerintah.

Kemudian pada tahun 2019 pemerintah mengeluarkan lagi Perpres no 55 tahun 2019 terkait percepatan program Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai (Battery Electric Vehiche) untuk KBL berbasis baterai beroda dua, tiga dan beroda empat atau lebih. Pemberian Insentif yang termasuk dalam uraian pasal pada Perpres tersebut belum secara spesifik menjelaskan sasaran pemberian insentif tersebut. Maka dari pada itu, perlunya tahapan sebelum benar-benar masuk kepada industri Kendaraan Berbasis Listrik tersebut yaitu dengan aturan tentang penggunaan motor Hybrid. Secara perlahan adanya perubahan penggunaan energi minyak (fosil) yang kemudian dikonversi menjadi energi listrik dimana kedua-duanya dapat bekerja secara bergantian. Penelitian mengenai Kebijakan LCGC tersebut pernah dilakukan oleh Mega Widya Denanda dengan judul Analisis Pengaruh Kebijakan Green Car Terhadap Perspkeektif Politik Lingkungan dan Kesadaran Konsumen dalam Mutu Ramah Lingkungan; Studi Kasus LCGC Merek Dagang Toyota di

Semarang Selatan. Hasil dari Penelitian tersebut memperlihatkan kurangnya aksi yang berkesinambungan antara pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat.

Niat beli masyarakat muncul sebagai perilaku konsumen yang ingin membeli produk atas dasar pengalaman dan keinginannya terhadap suatu produk. Setelah sebelumnya mereka mendapatkan edukasi serta pemahaman yang baik terhadap suatu produk ramah lingkungan. Niat pembelian produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) dapat kita katakan sebagai keinginan untuk membeli produk-produk ramah lingkungan yang aman terhadap masalah lingkungan atau mengurangi dampak kerusakan lingkungan. Konsumen yang memiliki kepedulian terhadap masalah lingkungan akan mengikutsertakan dirinya untuk menjadi solusi masalah dengan mengubah pola konsumsinya (*Rehman dan Khyzer, 2013*). Penelitian. Peneliti sebelumnya mengenai niat beli terhadap produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) ini dilakukan oleh Lendy Aulina dan Elevita Yuliati dengan judul *The Effects of Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, and attitude toward Green Brand on Green Products Purchase Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi merek hijau, meskipun tidak mempengaruhi sikap terhadap merek hijau, memiliki efek positif pada pengetahuan merek hijau. Pengetahuan merek hijau berpengaruh positif terhadap sikap terhadap merek hijau, dan terakhir, sikap terhadap merek hijau berpengaruh positif terhadap niat beli hijau (*Green Purchase Intention*).

Dari latar belakang diatas masih belum ditemukannya penelitian secara spesifik mengenai produk sepeda motor ramah lingkungan dengan type Hybrid. Peneliti mencoba berupaya mencari informasi mengenai bagaimana pemahaman masyarakat sebagai konsumen mengenai produk kendaraan bermotor ramah lingkungan dan bagaimana persepsi mereka terhadap harga produk ramah lingkungan tersebut serta bagaimana upaya yang telah diberikan pemerintah mendorong masyarakat dalam pembelian dan penggunaan sepeda motor ramah lingkungan tersebut. Tentunya sembari mempersiapkan penggunaan Motor Listrik secara utuh atau secara murni, sebelum masuk ke tahap kendaraan berbasis baterai atau kendaraan listrik 100%, sebaiknya lebih dahulu menapaki fase kendaraan hybrid.

B. Fokus Penelitian

Salladien (2008) mengatakan bahwa *research focus* diartikan: pada dimensi mana penelitian difokuskan, berdasarkan fenomena humaniora, manajemen, ekonomi, sosial, pendidikan, budaya, dan hal-hal yang terjadi di masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut, maka penelitian ini akan berfokus pada Bagaimana bagaimana Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah yang difokuskan pada konsumen yang memiliki keinginan pembelian terhadap Green Purchase Intention yaitu Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid.

C. Tujuan Khusus

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid, untuk mengetahui pengaruh secara parsial Green Product Knowledge terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid, untuk untuk mengetahui pengaruh secara parsial Perceived Price terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybri serta Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid.

D. Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian kali ini adalah dikarenakan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Dengan mengetahui bagaimana pengaruh pemahaman konsumen terhadap produk ramah lingkungan, pemahaman terhadap harga yang melekat pada produk ramah lingkungan tersebut dalam hal ini sepeda motor hybrid, serta mengetahui sejauh mana dampak kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah terkait produk ramah lingkungan, dapat memberikan informasi langkah apa yang dapat diambil kedepan nya oleh pemangku kepentingan dalam mendorong penggunaan produk kendaraan bermotor ramah lingkungan type Hybrid ini sebagai upaya peran serta meningkatkan kesehatan lingkungan dan dunia, sebelum benar-benar menggunakan

produk kendaraan listrik 100%.

b. Informasi yang ditemukan sebagai hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan mampu menjadi masukan yang sangat berarti bagi pemerintah, swasta serta masyarakat mengenai urgensi penggunaan produk ramah lingkungan

E. Luaran Penelitian

Luaran dari penelitian yang berjudul Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention Pembelian Kendaraan Bermotor Type Hybrid adalah Jurnal Terakreditasi Nasional Sinta 4 yaitu Jurnal MANTIK, saat ini masih dalam proses Submid dan akan Publish pada bulan Desember.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Green Product Knowledge (Pengetahuan terhadap Produk Hijau)

Kekhawatiran terhadap masalah kelestarian lingkungan menumbuhkan kesadaran konsumen untuk mulai membeli dan mengkonsumsi produk-produk yang sifatnya ramah lingkungan karena beranggapan bahwa ketika mengkonsumsi produk ramah lingkungan kita dapat membantu mengurangi adanya kerusakan lingkungan. *Adanya Product knowledge* merupakan semua pemahaman dan informasi yang dimiliki konsumen mengenai karakteristik produk seperti merek produk, spesifikasi produk, tipe produk, harga produk, dan kelas produk (Sumarwan, 2015). Menurut Zsoka (2013), *green knowledge* adalah sebutan bagi isu-isu yang terjadi pada lingkungan, serta solusi yang tepat sebagai pencegahan dampak buruk yang akan terjadi pada lingkungan. *Green product knowledge* dalam penelitian ini mengacu pada pengetahuan subyektif yang merupakan pemahaman konsumen, atribut lingkungan dan dampak lingkungan dari produk hijau (Wang, Ma, & Bai, 2018).

Adapun indikator dari Green Product Knowledge tersebut menurut (Chen & Deng 2015, dalam Setyabudi wiranto Agung & Tania Adialita) :

1. Pemahaman Label Information
2. Pemahaman Certification Organization
3. Pemahaman akan Environmental Impact of Product
4. Pemahaman terhadap perubahan nyata terhadap lingkungan

B. Perceived Price (Persepsi terhadap Harga)

. Menurut Kotler dan Armstrong, dalam *Principle of Marketing* (2014), harga (Price) adalah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama kepada semua pembeli. Persepsi atau (Perceived) bukan hanya berhubungan terhadap rangsangan fisik saja akan tetapi juga berhubungan terhadap rangsangan lingkungan sekitar juga keadaan individu yang bersangkutan, salah satunya adalah Harga (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Zietsman Mostert & Svensson, Perceived Price adalah penilaian Subjektif pelanggan akan kewajaran harga terhadap suatu produk ataupun layanan

dibandingkan dengan harga yang diberikan oleh pesaing. Adapun indikator Perceived Price menurut He & Zhan, 2018 (2018) dalam Setyabudi wiranto Agung & Tania Adialita :

1. Perbandingan harga *green product* dengan *conventional product*
2. Perbandingan harga *green product* dengan ekspektasi
3. *Expensive price*
4. *Costly price.*

C. Kebijakan Pemerintah

Menurut David Easton (dalam Said Zainal Abidin, 2004;20) kebijakan keputusan yang diambil oleh pemerintah atau pemimpin kelompok/organisasi sebagai kekuasaan untuk mengalokasikan nilai-nilai bagi masyarakat atau anggota kelompoknya secara keseluruhan. Kebijakan pemerintah dalam rangka mendukung Eco Green yaitu yang pertama yaitu no 41/2013 mengenai barang Kena Pajak yang Tergolong Mewah Berupa Kendaraan Bermotor yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Dalam Peraturan Pemerintah tersebut, program LCGC didasari oleh adanya upaya pemerintah untuk mendorong penggunaan kendaraan bermotor yang hemat energi dan tentunya ramah lingkungan. Maksud dari Pemerintah adalah mengembangkan kemandirian industri kendaraan bermotor roda empat dalam rangka pembuatan motor penggerak, transmisi/*transaxle* (transmisi & *axle*) yang memiliki daya saing, yang didasari oakan banyaknya permintaan kendaraan bermotor yang hemat energi juga dengan harga terjangkau. Pada dasarnya mobil LCGC ini mendapat keringanan membayar pajak setiap tahunnya karena harganya yang lebih murah daripada harga mobil pada umumnya.

Kemudian Peraturan Presiden (Perpres) No.55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) untuk Transportasi Jalan dirilis sebagai pembuka pintu gerbang menuju era kendaraan listrik. Merujuk Perpres No.55/2019, pengembangan mobil listrik di Indonesia akan disertai dengan aturan minimum Tingkat Komponen dalam Negeri (TKDN) yang meningkat setiap tahunnya hingga 2030. Pada 2019 hingga 2023 (TKDN) minimum adalah 35%. Persyaratan ini harus dipenuhi apabila pabrikan ingin mendapatkan fasilitas insentif perpajakan yang diatur dalam PP

No.73/2019. Fasilitas yang diberikan adalah PPnBM sebesar 15% dengan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) sebesar 0% dari harga jual mulai 2021. Aturan ini juga merupakan perwujudan insentif fiskal yang disebutkan dalam .

Keberhasilan implementasi kebijakan menurut Merilee S. Grindle (dalam Subarsono, 2011:93) dipengaruhi variabel besar yaitu:

1. Isi kebijakan (*content of policy*), yang mencakup: 1) sejauh mana kepentingan kelompok sasaran atau target groups termuat dalam isi kebijakan, 2) jenis manfaat yang diterima oleh target group, 3) sejauh mana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan, 4) apakah letak sebuah program sudah tepat, 5) apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementornya secara rinci, 6) apakah program didukung oleh sumber daya yang memadai.
2. Lingkungan implementasi (*context of implementation*), mencakup: 1) seberapa besar kekuasaan,kepentingan,dan strategi yang dimiliki oleh para aktor yang terlibat di dalam implementasi kebijakan, 2) karakteristik institusi dalam rejim yang sedang berkuasa, 3) tingkat kepatuhan dan responsivitas kelompok sasaran

D. Green Purchase Intension

Green Purchase Intention (Niat pembelian hijau) didefinisikan sebagai kemungkinan konsumen untuk membeli merek hijau (ramah lingkungan) sebagai upaya pemenuhan kebutuhannya (Netemeyer, et.al., 2001 dalam Fuchs dan Diamantopoulos, 2010). Sikap positif terhadap merek hijau (ramah lingkungan) akan mempengaruhi niat beli terhadap produk ramah lingkungan (Green Purchase) (Chen, 2012). Konsumen yang memiliki kepedulian terhadap masalah lingkungan akan termasuk dirinya sendiri menjadi solusi masalah dengan mengubah pola konsumsi mereka (Rehman dan Khyzer, 2013, dalam Lendy Aulina & Elevita Yuliati). Ketika seorang konsumen menyadari kehadiran atribut hijau dari suatu merek dan membeli merek setelahnya (Oliver dan Lee, 2010, dalam Lendy Aulina & Elevita Yuliati), maka konsumen diklasifikasikan sebagai konsumen hijau, didefinisikan sebagai konsumen yang bertanggung jawab karena mereka menggunakan daya beli mereka untuk membuat perubahan (Moisander, 2007). Mostafa (2007) dalam Huanget.al., (2014) menyimpulkan bahwa konsumen dengan tingkat sikap yang tinggi terhadap

produk hijau akan memiliki kemungkinan yang kuat terhadap pembelian akan produk ramah lingkungan tersebut.

Green Purchase Intention memungkinkan konsumen akan membeli produk tertentu yang dihasilkan dari kebutuhan lingkungannya (Chen & Chang, 2012) dalam Agung Wiranti Setyabudi dan Tania Adialita. Adapun indikatornya adalah :

1. Kesiediaan memilih *green product* dibandingkan *conventional product*
2. Pembelian *green products* di masa depan
3. Pemberian rekomendasi *green products* kepada orang-orang di sekeliling konsumen

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid, untuk mengetahui pengaruh secara parsial Green Product Knowledge terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid, untuk mengetahui pengaruh secara parsial Perceived Price terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybri serta Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention pembelian Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid.

3.2 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Masyarakat

- a. Sebagai sarana dalam rangka memberikan edukasi kepada masyarakat tentang kendaraan listrik hibrida ditengah semakin maraknya Isu global warming
- b. Agar Dapat semakin memperkuat keyakinan masyarakat untuk dapat ikut serta menjaga kelestarian Lingkungan sebagai salah satu cara menanggulangi dampak buruk emisi gas dari kendaraan berbahan bakar fosil bagaimana masyarakat berkeinginan dan mau untuk menggunakan kendaraan Hybrit.

2. Pemerintah Daerah

- a. Sebagai bahan masukan dalam memaksimalkan kebijakan terkait Peraturan mengenai Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan
- b. Dapat memberika masukan positif agar pemerintah dapat lebih memaksimalkan lagi terkait edukasi peraturan mengenai Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan

3. Akademisi dan Peneliti

- a. Sebagai bahan kajian dalam penelitian maupun pengajaran terkait bagaimana peran masyarakat untuk ikut serta dalam penerapan program pemerintah tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai dan Hybrid.

b. Dapat memberikan referensi dan menambah pengalaman untuk penelitian yang akan datang.

BAB IV METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015 :35) kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dipahami pengaruh yang ingin diketahui dalam penelitian ini yaitu Green Product Knowledge (X1), Perceived Price (X2), Kebijakan Pemerintah (X3), Green Purchase Intention (Y).

B. Populasi dan Sampel

Pengambilan sampel dengan menggunakan Accidental Sampling yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan responden dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2009). Digunakan tehnik tersebut dikarenakan tidak mungkin semua populasi diinterview, karena berbagai keterbatasan seperti waktu dan biaya, tenaga. Anggota populasi lainnya dianggap Homogen maksudnya bahwa responden memiliki kesamaan dalam penggunaan kendaraan Sepeda Motor.

Penggunaan metode sampling ini juga mengacu pada ketentuan Hair et al (1995) yang berpendapat bahwa sampel yang representative adalah 100-200. Atas dasar tersebut dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data menggunakan :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Kuesioner
4. Studi Dokumentasi

C. Tehnik Pengolahan Data

Penelitian ini akan meneliti dan menguji pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Menggunakan Spss versi 22. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (Independent Variable) yang terdiri dari; Green Product Knowledge (X1), Perceived Price (X2), Kebijakan Pemerintah (X3)

Adapaun Indikator nya yaitu :

- a. Green Product Knowledge, pengetahuan subyektif yang merupakan pemahaman konsumen, atribut lingkungan dan dampak lingkungan dari produk hijau (Wang, Ma, & Bai, 2018). Indikator nya yaitu Pemahaman Label Information, Pemahaman Certification Organization, Pemahaman akan Environmental Impact of Product, Pemahaman terhadap perubahan nyata terhadap lingkungan
 - b. Perceived Price; Perceived Price adalah penilaian Subjektif pelanggan akan kewajaran harga terhadap suatu produk ataupun layanan dibandingkan dengan harga yang diberikan oleh pesaing. Adapun indkiator Perceived Price menurut Zietsman Mostert & Svensson (2018): Perbandingan harga *green product* dengan *conventional product*, Perbandingan harga *green product* engan ekspetasi, *Expensive price*, *Costly price*. (He & Zhan,2018)
 - c. Kebijakan Pemerintah; keputusan yang diambil oleh pemerintah atau pemimpin kelompok/organisasi sebagai kekuasaan untuk mengalokasikan nilai-nilai bagi masyarakat atau anggota kelompoknya secara keseluruhan. Indikator keberhasilan Implementasi Kebijakan menurut Merilee S. Grindle (dalam Subarsono, 2011:93) dipengaruhi variabel besar Isi kebijakan (*content of policy*), serta Lingkungan implementasi (*context of implementation*).
2. Variabel Terikat (Dependent Variable) yaitu Green Purchase Intention (Y). Green Purchase Intention memungkinkan konsumen akan membeli produk tertentu yang dihasilkan dari kebutuhan lingkungannya (Chen & Chang, 2012). Adapun indikatornya adalah Kesiediaan memilih *green product* dibandingkan

conventional product , Pembelian *green products* di masa depan, Pemberian rekomendasi *green products* kepada orang-orang di sekeliling konsumen

Tabel 4.1 Operasional Variabel

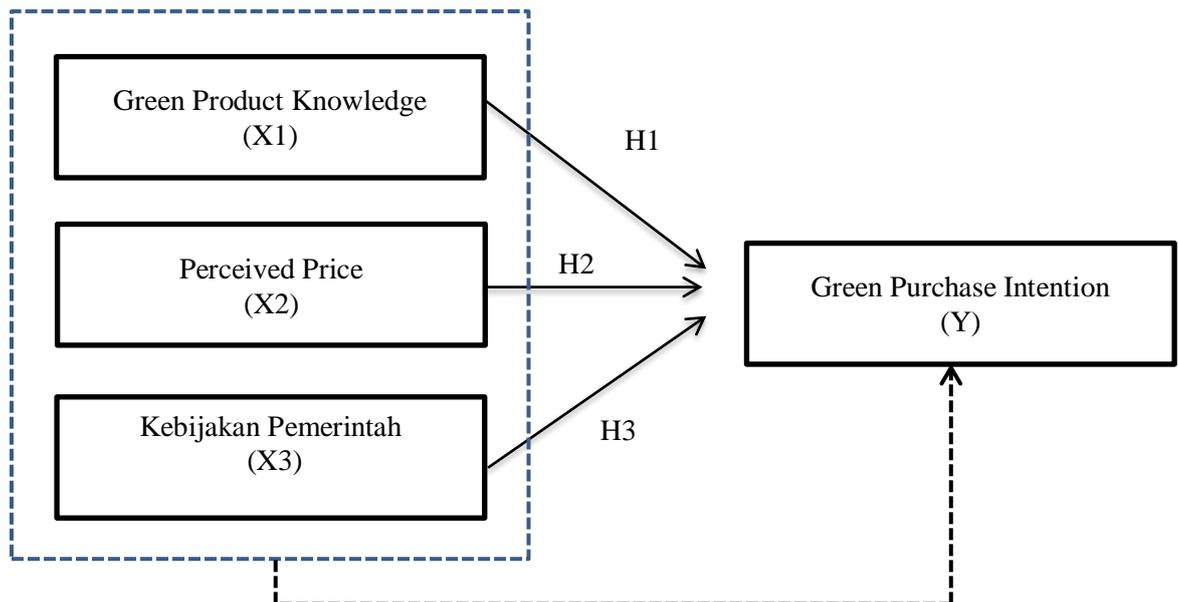
VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
<i>Green Product knowledge</i> (GPK)	Pengetahuan subjektif dari pemahaman konsumen akan atribut lingkungan dan dampak lingkungan dari produk ramah lingkungan (Wang, Ma, & Bai, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman <i>Label information</i> • Pemahaman <i>certification organization</i> • Pemahaman akan <i>Environmental impact of the products</i> • Pemahaman akan perubahan nyata terhadap lingkungan 	(Chen & Deng, 2015) (Leonidou, Coudounaris, Kvarsova, & Christodoulides, 2015)
<i>Perceived Price</i> (PP)	Sebagai penilaian subyektif pelanggan tentang Kewajaran harga untuk suatu produk atau layanan dibandingkan dengan harga referensi pesaing (Zietsman et al, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Perbandingan harga <i>green product</i> dengan <i>conventional product</i> • Perbandingan harga <i>green product</i> dengan ekspektasi • <i>Expensive price</i> • <i>Costly price.</i> 	(He & Zhan, 2018)
<i>Kebijakan Pemerintah (KP)</i>	Kebijakan keputusan yang diambil oleh pemerintah atau pemimpin kelompok/organisasi sebagai kekuasaan untuk mengalokasikan nilai-nilai bagi masyarakat atau anggota kelompoknya secara keseluruhan, David Easton (dalam Said Zainal Abidin, 2004;20)	<p>Isi kebijakan (<i>content of policy</i>), yang mencakup:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se jauh mana kepentingan kelompok sasaran atau target groups termuat dalam isi kebijakan • Jenis manfaat yang diterima oleh target group • Se jauh mana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan, • Apakah letak sebuah program sudah tepat • Apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementornya secara rinci • Apakah program didukung oleh sumber daya yang memadai. 	(Merilee S. Grindle (dalam Subarsono, 2011:93)

Analisis Dekriptif

Digunakan bantuan tabel dan presentase, dengan ketentuan pembobotan yang telah dilakukan, sehingga dapat diketahui keberadaan dari masing-masing aspek penelitian.

Tahapan penelitian yang akan dilakukan, dimulai dari pengumpulan data kemudian dilanjutkan dengan reduksi data, sajian data, verifikasi data dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul akan dianalisa secara kuantitatif dan kualitatif setelah melalui proses olah data menggunakan statistical software program of social science (SPSS) version 22.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1 : Terdapat Pengaruh Positif antara Green Product Knowledge terhadap Green Purchase Intention
- H2 : Terdapat Pengaruh Positif antara Perceived Price terhadap Green Purchase Intention
- H2 : Terdapat Pengaruh Positif antara Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention

D. Penelitian terdahulu

1. Penelitian oleh Nobel Kristian Triandoyo Tampubolon, menunjukkan bahwa hubungan *green product knowledge* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli;
2. Agung Wiranto Setyabudi dan Tania Adialita (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Green Product Knowledge, Green Trust dan Perceived Price Terhadap Green Purchase Intention Konsumen AMDK Merek Aqua dengan Botol 100% Recycled. Hasil Penelitian menunjukkan *green product knowledge* tidak berpengaruh terhadap *green purchase intention* tanpa dimediasi oleh *green trust*;
3. Mega Widya Denanda (2019), melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kebijakan Green Car Terhadap Perspektif Politik Lingkungan dan Kesadaran Konsumen dalam Mutu Ramah Lingkungan; Studi Kasus LCGC Merek Dagang Toyota di Semarang Selatan, dimana hasil penelitian tersebut memperlihatkan kurangnya aksi yang berkesinambungan antara pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat; Lendy Aulina dan Elevita Yuliaty, menunjukkan bahwa Pengetahuan merek hijau berpengaruh positif terhadap sikap terhadap merek hijau, dan terakhir, sikap terhadap merek hijau berpengaruh positif terhadap niat beli hijau (Green Purchase Intention).
4. Penelitian yang dilakukan oleh Linda Wahyuningtias dan Yessi Artanti (2020) dengan Judul Pengaruh Green Brand Positioning dan Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention Melalui Sikap pada Green Brand Sebagai Variabel Mediasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *green brand positioning* berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention* dan sikap pada *green brand*. Sedangkan *green brand knowledge* tidak berpengaruh signifikan terhadap *green purchase intention* namun berpengaruh signifikan terhadap sikap pada *green brand*. Untuk variabel sikap pada *green brand* dinyatakan memediasi secara sempurna *green brand positioning* dan *green brand knowledge* terhadap *green purchase intention*.

5. The Effects of Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, and Attitude towards Green Brand on Green Products Purchase Intention (2017), penelitian yang dilakukan oleh Lendy Aulina, Elevita Yuliati
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green brand positioning tidak mempengaruhi sikap terhadap merek hijau, memiliki efek positif pada pengetahuan merek hijau. Pengetahuan merek hijau positif mempengaruhi sikap terhadap merek hijau, dan akhirnya, sikap terhadap merek hijau secara positif mempengaruhi niat pembelian hijau.
7. Identifikasi Atribut Sepeda Motor Listrik terhadap Niat Membeli: Kasus di Indonesia (2022) penelitian yang dilakukan oleh Ade Ana Pratiwi, Berto Mulia Wibawa, dan Imam Baihaqi, Terdapat implikasi manajerial yang dapat diaplikasikan oleh pemasar produk sepeda motor listrik dengan memperhatikan karakteristik konsumen, diantaranya adalah menyelenggarakan acara yang bertujuan untuk memberikan informasi pengetahuan produk kepada para calon konsumen.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang berdomisili di kota Pontianak, yang telah memahami bagaimana pentingnya produk yang ramah lingkungan (*Green Product*) dalam hal ini kendaraan Bermotor Type Hybrid.

5.1 Distribusi Responden

Tabel 5.1
Distribusi Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Besar Sampel	100	100%
Kuesioner yang didistribusikan	100	100%
Kuesioner yang diisi dan dikembalikan	100	100%
Kuesioner yang tidak dapat digunakan karena jawaban responden yang tidak lengkap	0	0%
Kuesioner yang dapat digunakan	100	100%

5.2 Demografi Umum Responden

Dalam penelitian ini penulis mengangkat permasalahan yang terkait dengan bagaimana Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap keinginan pembelian terhadap Green Purchase Intention yaitu Kendaraan Bermotor Tipe Hybrid. Responden yang digunakan sebanyak 100.

5.2.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan identifikasi jenis kelamin dapat dilihat jumlah dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Tabel 5.2
Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 46 % responden berjenis kelamin laki laki dan sebanyak 54% responden berjenis kelamin wanita dengan total persentase sebesar 100%.

5.2.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Data ini diperlukan untuk mengetahui responden dari penelitian yang dilakukan. Adapun distribusi responden berdasarkan usia yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.3

Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	18 – 25 Tahun	8	8 %
2	26 – 41 Tahun	57	57 %
3	42 – 57 Tahun	34	34 %
4	58 – 76 Tahun	1	1 %
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, menunjukkan bahwa responden dari penelitian yang dilakukan . Dengan rentang umur 18 - 25 tahun sebesar 8 %, 26 - 41 tahun sebesar 57 %, 42 – 57 Tahun sebesar 34 %, dan sisanya yaitu 1% yaitu untuk rentang usia 58 – 76 tahun. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 26 - 41 tahun yaitu sebesar 57%.

5.2.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan identifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.4

Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/SMK	11	11 %
2	Diploma	8	8 %
3	Sarjana	40	40 %
4	Magister	40	40 %
5	Doktor	1	1 %
Total		30	100%

Berdasarkan tabel 5.4 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 11 responden dengan persentase 11 berpendidikan terakhir SMA/SMK, 8 responden dengan persentase 8% berpendidikan terakhir Diploma, 40 responden dengan persentase 40% berpendidikan terakhir Sarjana, 40 responden dengan persentase 40% berpendidikan terakhir Magister, serta 1 responden dengan persentase 1% berpendidikan terakhir Doktor. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang ada pada penelitian yang dilakukan berpendidikan terakhir yaitu Sarjana serta Magister dengan persentase 40%.

5.3 Hasil Penelitian

5.3.1 Hasil Pengujian Deskriptif

Menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012), Statistik deskriptif adalah pengolahan data untuk tujuan mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Green Product (X1), Perceived Price (X2), Kebijakan Pemerintah (X3), dan Green Purchase Intention (Y). Dapat dilihat dari deskriptif statistik berikut ini :

Tabel 5.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Green_Product_Knowledge	100	2.50	5.00	3.9925	.48128
Perceived_Price	100	1.75	5.00	3.5250	.63315
Kebijakan_Pemerintah	100	2.20	5.00	3.9090	.49054
Green_Purchase_Intention	100	1.75	5.00	3.7500	.69722
Valid N (listwise)	100				

Pada tabel 5.5 menjelaskan bahwa pada variabel Green Product Knowledge rata-rata jawaban minimum responden sebesar 2.5 dan maksimum sebesar 5.0, dengan rata-rata total jawaban 3.9925 dan standar deviasi 0.48128. Variabel Perceived Price rata-rata jawaban minimum sebesar 1.75 dan maksimum 5.0 dengan rata-rata total jawaban 3.5250 dan standar deviasi sebesar 0,63315. Variabel Kebijakan Pemerintah rata-rata jawaban minimum sebesar 2.2 dan maksimum 5.0 dengan rata-rata total jawaban 3.9090 dan standar deviasi sebesar 0.49054. Variabel Green Purchase Intention rata-rata

jawaban minimum sebesar 1.75 dan maksimum 5.0 dengan rata-rata total jawaban 3.7500 dan standar deviasi sebesar 0.69722.

5.3.2 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuesioner, dimana didalam seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 22 pernyataan, yaitu gabungan dari pernyataan variabel Green Product Knowledge terdiri dari 4 (empat) pernyataan, variabel Perceived Price terdiri dari 4 (empat) pernyataan, variabel Kebijakan Pemerintah 10 (sepuluh) pernyataan, variabel Green Purchase Intention 4 (empat) pernyataan

Tingkat kepercayaan = 95%, dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$, untuk $n = 100$, maka r_{tabel} adalah 0,1966. Berdasarkan tabel r, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pengujian validitas tersebut valid. Karena r hitung lebih besar dari r tabel dan butir instrumen valid akan digunakan dalam penelitian ini, jika butir pernyataan tersebut tidak valid maka tidak akan digunakan pada penelitian ini.

Berikut hasil data yang diolah menggunakan program SPSS 22 *for windows* dapat diketahui bahwa untuk nilai r hitung validitas Green Product Knowledge pada semua item instrumen pernyataan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

1. Uji Validitas Green Product Knowledge (X1)

Tabel 5.6

Hasil Validitas Variabel Green Product Knowledge

Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
1	0.711	Valid
2	0.584	Valid
3	0.487	Valid
4	0.748	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas bahwa diketahui dari 4 (empat) item pernyataan semuanya menyatakan valid karena lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1966$. Jumlah item pertanyaan yang *valid* akan digunakan untuk analisis dalam penelitian yang berjumlah 4(empat) pertanyaan. Sedangkan untuk variabel Perceived Price dapat dilihat pada tabel 5.7 di bawah ini :

2. Uji Validitas Variabel Perceived Price (X2)

Tabel 5.7

Hasil Validitas Variabel Perceived Price

Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
1	0.242	Valid
2	0.481	Valid
3	0.324	Valid
4	0.433	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas bahwa diketahui dari 4 (empat) item pernyataan semuanya menyatakan valid karena lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1966$. Jumlah item pertanyaan yang *valid* akan digunakan untuk analisis dalam penelitian yang berjumlah 4(empat) pertanyaan. Sedangkan untuk variabel Kebijakan Pemerintah dapat dilihat pada tabel 5.8 di bawah ini :

3. Uji Validitas Variabel Kebijakan Pemerintah (X3)

Tabel 5.8

Hasil Validitas Variabel Perceived Price

Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
1	0.369	Valid
2	0.592	Valid
3	0.619	Valid
4	0.742	Valid
5	0.757	Valid
6	0.764	Valid
7	0.621	Valid
8	0.770	Valid
9	0.648	Valid
10	0.557	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas bahwa diketahui dari 10 (sepuluh) item pernyataan semuanya menyatakan valid karena lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1966$. Jumlah item

pertanyaan yang *valid* akan digunakan untuk analisis dalam penelitian yang berjumlah 10 (sepuluh) pertanyaan. Sedangkan untuk variabel Green Purchase Intention dapat dilihat pada tabel 5.9 di bawah ini :

4. Uji Validitas Variabel Green Purchase Intention (Y)

Tabel 5.9

Hasil Validitas Variabel Perceived Price

Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
1	0.835	Valid
2	0.807	Valid
3	0.675	Valid
4	0.824	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas bahwa diketahui dari 4 (empat) item pernyataan semuanya menyatakan valid karena lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1966$. Jumlah item pertanyaan yang *valid* akan digunakan untuk analisis dalam penelitian yang berjumlah 4 (empat) pertanyaan.

Dari keempat tabel di atas pada uji validitas didapatkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang mempunyai nilai 0.1966 sehingga pada tahap uji ini dinyatakan semua valid.

5.3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur yang mengukur kuisioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel, suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Siregar (2013:56-57) juga memperjelas bahwa hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas dengan teknik *Cronbach's alpha* ini juga menggunakan *internal consistency reliability* dengan metode *Cronbach's alpha* di mana kriteria suatu instrumen dikatakan *reliable* jika koefisiensi reliabilitas (r_7) > 0,6 nilainya maka data yang dikumpulkan semakin dapat dipercaya.

Adapun hasil uji reliabilitas antara variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, Kebijakan Pemerintah dengan Green Price Intention dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

1. Uji Reliabilitas Green Product Knowledge

Tabel 5.10

Hasil Reliabilitas Variabel Green Product Knowledge

Cronbach's Alpha	N of Items
0.811	4

Dari hasil uji reliabilitas kuesioner variabel Green Product Knowledge dapat dilihat pada *Output Reability Statistic*. Adapun nilai yang didapati 0.811 dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang mana sesuai dengan rumus yaitu jika $(r_7) > 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa alat untuk mengukur dalam variabel Green Product Knowledge adalah reliabel.

2. Uji Reliabilitas Preceived Price

Tabel 5.11

Hasil Reliabilitas Variabel Preceived Price

Cronbach's Alpha	N of Items
0.585	4

Dari hasil uji reliabilitas kuesioner variabel Green Product Knowledge dapat dilihat pada *Output Reability Statistic*. Adapun nilai yang didapati 0.585 dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang mana walaupun kurang dari 0.6 namun masih dalam range 0.5 hingga 0.7 maka dapat disimpulkan bahwa alat untuk mengukur dalam variabel Preceived Price adalah reliabel.

3. Uji Reliabilitas Kebijakan Pemerintah

Tabel 5.12

Hasil Reliabilitas Variabel Preceived Price

Cronbach's Alpha	N of Items
0.888	10

Dari hasil uji reliabilitas kuesioner variabel Preceived Price dapat dilihat pada *Output Reability Statistic*. Adapun nilai yang didapati 0.888 dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang mana sesuai dengan rumus yaitu jika $(r_7) > 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa alat untuk mengukur dalam variabel Preceived Price adalah reliabel.

4. Uji Reliabilitas Green Purchase Intention

Tabel 5.13

Hasil Reliabilitas Variabel Green Purchase Intention

Cronbach's Alpha	N of Items
0.903	4

Dari hasil uji reliabilitas kuesioner variabel Green Purchase Intention dapat dilihat pada *Output Reability Statistic*. Adapun nilai yang didapati 0.903 dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, yang mana sesuai dengan rumus yaitu jika $(r_7) > 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa alat untuk mengukur dalam variabel Green Purchase Intention adalah reliabel.

5.3.4 Pengujian Asumsi Klasik

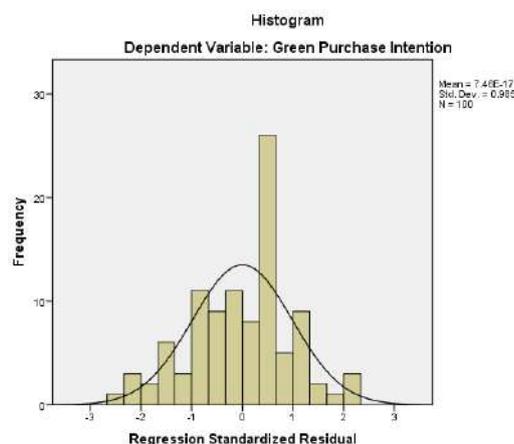
1. Uji Normalitas

Analisis statistik yang pertama harus digunakan dalam rangka analisis data adalah analisis statistik berupa uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi sebuah model regresi dalam variabel dependen dan variabel independen terdistribusi secara normal atau tidak.

Berikut pengujian dengan grafik histogram dan grafik P-P Plot dapat dilihat pada gambar 5.1 dan gambar 5.2 berikut ini:

Gambar 5.1

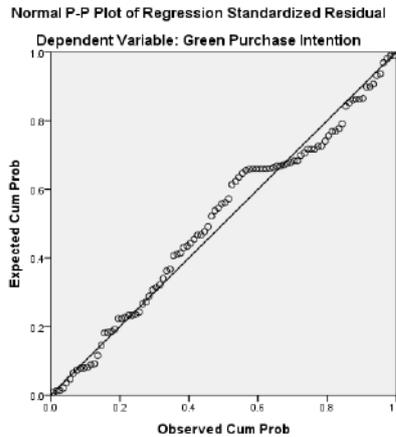
Hasil Grafik Histogram



Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 22

Gambar 5.2

Hasil Grafik P-P Plot



Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan Gambar 5.1 dan Gambar 5.2 diatas, pada grafik histogram terlihat seperti pola terdistribusi normal. Namun kesimpulan dengan grafik histogram ini belum dapat dipastikan kenormalan datanya untuk jumlah yang kecil. Begitu juga pada grafik P-Plot, sekilas memang terlihat normal karena distribusi data residualnya terlihat mendekati garis normal. Namun, hasil dengan grafik P-Plot ini juga masih belum bisa dipastikan kenormalannya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hasil yang lebih pasti dan meyakinkan dilakukan uji statistik non parametrik dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan nilai signifikansi diatas 0,05 , maka data terdistribusi dengan normal. Hasil pengujian dengan uji K-S dapat dilihat pada tabel 5.14 berikut ini:

Tabel 5.14
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66430274
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.060
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.266
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan histogram serta plot diatas, data yang dimiliki tidak seimbang serta terdistribusi buruk sehingga metode asymptotic akan menghasilkan hasil yang tidak reliabel atau tidak akurat sehingga akan digunakan pendekatan exact untuk melihat apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak (Cyrus R. Mehta dan Nitin R. Patel, 2010). Dapat dilihat dari hasil diatas, didapatkan nilai Exact sig. (2-tailed) sebesar 0.266 yang mana lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data diatas berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Suatu model dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *VIF* yang kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 5.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Green Product Knowledge	.579	1.728
	Perceived Price	.748	1.337
	Kebijakan Pemerintah	.529	1.889

a. Dependent Variable: Green Purchase Intention

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perhitungan menunjukkan nilai tolerance variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,10 dan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan variabel independen memiliki nilai VIF < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya

ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Prasyarat dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat menggunakan grafik *scatterplot* yaitu seperti pada gambar 5.16 berikut ini:

Tabel 5.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Green Product Knowledge	Perceived Price	Kebijakan Pemerintah	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Green Product Knowledge	Correlation Coefficient	1.000	.382**	.631**	-.077
		Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.224
		N	100	100	100	100
	Perceived Price	Correlation Coefficient	.382**	1.000	.493**	.021
		Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.418
		N	100	100	100	100
	Kebijakan Pemerintah	Correlation Coefficient	.631**	.493**	1.000	-.063
		Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.268
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.077	.021	-.063	1.000
		Sig. (1-tailed)	.224	.418	.268	.
		N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 22

Dari hasil uji diatas menggunakan uji korelasi spearman yang mana didapat nilai signifikansi dari ketiga variable yaitu 0.224, 0.418, dan 0.268 yang mana ketiganya lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan masukan variabel independen

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah pola pada suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode satu dengan periode sebelumnya. Dalam hal ini menggunakan perhitungan statistik untuk uji ini yaitu dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW) sebagai berikut

Tabel 5.17
Hasil Uji Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.832 ^a

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Perceived Price, Green Product Knowledge

b. Dependent Variable: Green Purchase Intention

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai DW sebesar 1.832. Nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel dengan jumlah observasi 100 (n=100) dan variabel independen (k) sebanyak 3, maka dari tabel statistik Durbin-Watson (DW) didapat nilai d_l sebesar 1.6131 dan nilai d_u 1.7364. Oleh karena nilai DW 1.832 lebih besar dari batas atas (d_u) yaitu 1.7364 serta $(4-DW) > d_u$ atau $2.168 > 1.7364$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

5.3.5 Pembentukan Model Regresi Linear Berganda

Tabel 5.18
Hasil Pembentukan Model Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.065	1.553		-3.261	.002
	Green Product Knowledge	.557	.116	.385	4.804	.000
	Perceived Price	.019	.078	.017	.239	.812
	Kebijakan Pemerintah	.279	.048	.491	5.861	.000

a. Dependent Variable: Green Purchase Intention

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 24

Dari hasil diatas, maka didapat model regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

$$GPI = -5.065 + 0.557 GPK + 0.019 PP + 0.279 KK$$

Interpretasi

- a) Nilai koefisien regresi variable Green Product Knowledge adalah sebesar 0.557 yang menunjukkan hubungan searah sehingga dapat diartikan jika nilai variabel Green Product Knowledge meningkat sebanyak 1 maka nilai variable Green Purchase Intention akan meningkat sebesar 0.557.

- b) Nilai koefisien regresi variable Perceived Price adalah sebesar 0.019 yang menunjukkan hubungan searah sehingga dapat diartikan jika nilai variable Perceived Price meningkat sebanyak 1 maka nilai Green Purchase Intention akan meningkat sebesar 0.019
- c) Nilai koefisien regresi variable Kebijakan Pemerintah adalah sebesar 0.279 yang menunjukkan hubungan searah sehingga dapat diartikan jika nilai variable Kebijakan Pemerintah meningkat sebanyak 1 maka nilai variabel Green Purchase Intention akan meningkat sebesar 0.279

5.3.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 5.18 didapat hasil sebagai berikut.

a) Green Product Knowledge

Dari hasil diatas, didapat nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya nilai signifikansi kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Green Product Knowledge berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.

b) Perceived Price

Dari hasil diatas, didapat nilai signifikansi sebesar 0.812 yang artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Price tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.

c) Kebijakan Pemerintah

Dari hasil diatas, didapat nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya nilai signifikansi kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.

5.3.7 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam regresi telah sesuai. Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 5.18
Hasil Uji F Menggunakan ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	495.780	3	165.260	57.855	.000 ^b
	Residual	274.220	96	2.856		
	Total	770.000	99			

a. Dependent Variable: Green Purchase Intention

b. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Perceived Price, Green Product Knowledge

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi 0,000 dan nilai F_{hitung} 57.855. Ini berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama memberikan pengaruh simultan terhadap variabel Green Purchase Intention.

5.3.8 Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.19
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.644	.633	1.69011

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah, Perceived Price, Green Product Knowledge

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa angka R disebut koefisien korelasi antara variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah dengan Green Purchase Intention adalah 0.802. Ini artinya hubungan antara Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah dengan peningkatan Green Purchase Intention adalah kuat (signifikan) sebesar 80.2%. *Adjusted R²* dalam penelitian ini bernilai 0.633, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 63.3% Peningkatan Green

Purchase Intention dipengaruhi oleh Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah, Sedangkan sisanya sebesar 36.7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention Pembelian Kendaraan Bermotor Type Hybrid, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara Parsial Variabel Green Product Knowledge berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.
2. Secara Parsial Variabel Perceived Price tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention
3. Secara Parsial variabel Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.
4. Secara Parsoal variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama memberikan pengaruh simultan terhadap variabel Green Purchase Intention

B. Saran

Dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan, dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan secara intens melakukan edukasi kepada masyarakat serta mengkampanyekan Penting nya Penggunaan berbagai produk ramah lingkungan (Green Product) termasuk bagaimana agar masyarakat memiliki ketertarikan terhadap penggunaan kendaraan Hybrid yang tentunya dari segi emisi atau buangan nya lebih ramah lingkungan mengingat bahan bakar fosil juga semakin menipis.
2. Produsen sebagai penyedia produk, dapat mengambil peran dapat penyediaan produk kendaraan ramah lingkungan, sehingga ketika banyak produsen menghadirkan produk kendaraan Hybrid tersebut, salah satu nya akan berdampak nantinya pada harga yang tersedia dipasar, dimana yang kita pahami bahwa sebelumnya hanya ada satu jenis kendaraan bermotor Hybrid dengan harga yang cukup mahal, kemudian saat ini hadir salah satu produk kendaraan hybrid yang lebih terjangkau harga nya.
3. Pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan merumuskan berbagai aturan terkait penggunaan kendaraan bermotor type hybrid, sekiranya dapat membuat

aturan dan kebijakan yang dapat lebih mendorong penggunaan kendaraan Motor Hybrid, baik terkait regulasi aturan menyangkut Produsen sebagai penghasil kendaraan serta konsumen sebagai pengguna serta diharapkan Pemerintah juga dapat menambah sarana dan fasilitas Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU), tidak hanya dikawasan perkotaan dan pusat bisnis strategis aja, tetapi juga tersebar secara merata di wilayah pemukiman penduduk.

Daftar Pustaka

- Abidin Said Zainal, *Kebijakan Publik*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2012), hlm. 18
- AG. Subarsono. 2012. *Analisis Kebijakan Publik (konsep. teori dan aplikasi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Aulina Lendy & Elevita Yuliati, “The Effects of Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, and Attitude towards Green Brand on Green Products Purchase Intention”, *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 36
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance Green Purchase Intentions : The Roles of Green Perceived Value , Green Perceived Risk, and Green Trust. *Management Decision*, 502-520.
- Denanda mega widya, *Analisis Pengaruh Kebijakan Low Cost Green Car Terhadap Perspektif Politik Lingkungan dan Kesadaran Konsumen Dalam Mutu Ramah Lingkungan : Studi Kasus LCGC Merek Dagang Toyota Di Semarang Selatan MARANG*, *Journal of Politic and Government Studies*, vol 8, no 4, ejournal3.undip.ac.id
- Fuchs, C. Diamantopoulos, A. (2010). Evaluating the effectiveness of brand-positioning strategies from a consumer perspective. *European Journal of Marketing*, 44 (11/12), 1763- 1786
- He, X., & Zhan, W. (2018). How to Activate Moral Norm to Adopt Electric Vehicles in China? An Empirical Study Based on Extended Norm Activation Theory. *Journal of Cleaner Production*, 3546-3556
- Moisander, J. (2007). Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies*, 31 (4), 404-416
- Mostafa, M.M. (2007), “A hierarchical analysis of the green consciousness of the Egyptian consumer”, *Psychology & Marketing*, Vol. 24 No. 5, pp. 445-473.
- Tjiptono, Fandy. 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Laroche, Michel, Jasmin Bergeron, & Guido Barbaro-Forleo (2001), “Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products,” *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18, No. 6, pp. 503-520.
- Nobel Kristian Triandoyo Tampubolon dengan judul *Analisis Hubungan Green Product Knowledge, Green Awareness dan Green Lifestyle dengan Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Kasus: Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*, Skripsi
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. New Jersey. Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Oliver, J. D. Lee, S. (2010). Hybrid car purchase intentions: a cross-cultural analysis. *Journal of Consumer Marketing*, 27 (2), 96-103
- Perpres no 55 tahun 2019 terkait percepatan program Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) untuk KBL berbasis baterai beroda dua, tiga dan beroda empat atau lebih
- Rehman, Z. Khyzer, M. (2013). Conceptualizing Green Purchase Intention in Emerging Markets: An Empirical Analysis on Pakistan. *International Academic Conference Proceedings*
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L.(2015). *Consumer Behaviour* (11th ed.), Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall
- Setyabudi Agung Wiranto dan Tania Adialita, 2020, "Pengaruh Green Product Knowledge, Green Trust, dan Perceived Price terhadap Green Purchase Intention Konsumen AMDK Merk Aqua dengan Botol 100% Recycle, *Jurnal Administrasi Bisnis*, ISSN 0216 – 1249, vol 16 no 2
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (2nd ed.)*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Salladien. 2008. Memahami Research Question, Focus, Teori, Paradigma, Analisis Data, dan Existing Models Dalam Terapan Penelitian Kualitatif (termasuk suplemen bahasa presentasi). disajikan pada Workshop Metodologi dan Tindak Lanjut Penelitian (*ActionPlan*) Bagi Dosen Cangkok di PPS Universitas Brawijaya.
- Sujarweni, W. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. PenerbitPustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Wang, H., Ma, B., & Bai, R. (2018). How Does Green Product Knowledge Effectively Promote Green Purchase Intention ? . *Sustainability*, 1-13.
- Zsóka, Á., Szerényi, Z. M., Széchy, A., Kocsis, T., (2013). Greening due to Environmental Education? Environmental Knowledge, Attitudes, Consumer Behavior and Everyday Pro- Environmental Activities of Hungarian High School and University Students. *Journal of Cleaner Production*. 48, 126-138

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Keuangan Penelitian dan Bukti Dokumen

	Jenis Pembelanjaan	Item	SAT	VOL	Biaya Satuan (Rp)	TOTAL
4 Agustus	Upah/Honor	Upah Tenaga Lapangan (2 Org x 2 jam x 5 Bln)	OJ	40	30000	1,200,000
10 Okt		Pengolah Data x 2 org	OJ	2 Jam x 8 Minggu	80000	1,280,000
					SUB TOTAL (Rp.)	2,480,000
2 Juli, 30 Juli	Belanja Barang Non Operasional	Konsumsi Rapat	Orang/Kali	12	50,000	600,000
7 Sept, 3 Okt	Belanja Barang Non Operasional	Konsumsi Rapat	Orang/Kali	12	50,000	600,000
21 Juni, 27 Juni	Belanja Bahan	Kertas HVS A4	RIM	4	55,000	220,000
23-Sep	Belanja Bahan	Kertas HVS A4	RIM	1	55,000	55,000
21 Juni		Cartridge Printer Cannon (Black-Ink)	Unit	1	370,000	370,000
21 Juni		Cartridge Printer Cannon Warna	unit	1	400,000	400,000
4 Juli Warna, Hitam 21 Juli		Tinta Printer Hitam dan Warna	Unit	5	100,000	500,000
4 Juli		Flashdisc	unit	2	300,000	600,000
20-Sep		Flashdisc	unit	1	300,000	300,000
21 Juli, 26 Juli		ATK	Paket	1	562,000	562,000
20-Sep		Rak Box	pcs	1	80,000	80,000
20-Sep		Map Plastik	pcs	2	50,000	100,000
7 April, 23 Agut		Penyusunan Laporan	Paket	2	250,000	500,000
14 Okt		Fotocopy&Jilid Lap Akhir	Paket	1	250,000	250,000
27 Juli		Materai	Buah	8	11,000	88,000
22 Juni, 8 Agustus	Pengumpulan Data	Pulsa Telpon	Pulsa	3	105,000	312,000
7-Sep		Pulsa Telpon	Pulsa	3	111,000	333,000
14-Sep		Paket Data	Kuota	3	100,000	300,000

25 Juni		Paket Data	Kuota	6	100,000	600,000
19 Agt, 22 Agt		Souvenir Responden	Buah	100	25,000	2,500,000
16 Juli		Konsumsi Lapangan	OH	10	50,000	500,000
7-Sep		Konsumsi Lapangan Nasi Kotak Lengkap	Kotak	10	50,000	500,000
28 Juni	Analisis Data	SewaPrinter	Unit	1	550,000	550,000
					SUB TOTAL 2(Rp.)	10,820,000
4 Juli, 27 Juli	Perjalanan	Sewa Mobil + BBM Penyebaran Kuesioner	Hari	2	500,000.000	1,000,000
					SUB TOTAL (Rp.)	1,000,000
14 okt	Biaya lain-lain	Biaya penyusunan luaran publikasi artikel ilmiah dan proses revisi hasil Review	KEG	1	700,000.000	700,000
					SUB TOTAL (Rp.)	700,000
					TOTAL	15,000,000

Lampiran 2 Loog Book

1	4 April- 2 Juli 2022	Konsumsi Diskusi Penentuan Tema dan Judul Penelitian	2,178,000	21.00%
2	22 Juni - 30 Juli 2022	Perjalanan Penelitian	1,428,000	14.00%
3	16 Juli- 27 Juli 2022	Pengumpulan Data dan Informasi	1,025,000	9.70%
4	22 Juni – 11 Juli 2022	Pembelian Bahan Kebutuhan Penelitian	1,618,000	15.40%
5	19 Juli – 2 Agustus 2022	Penyebaran Kuesioner dan Analisis Data Penelitian	3,053,000	28.50%
6	8 Agustus 2022	Pembayaran Honor Pembantu Peneliti	1,200,000	11.40%
7	7 Sept-14 Sept	Komunikasi Internal dan Eksternal Penyelesaian Laporan Akhir penelitian, konsumsi rapat internal	1,433,000	31.86
8	20-Sep	Pembelian Bahan Kebutuhan Penelitian, persiapan Laporan Akhir	535,000	11.89
9	3 Okt	Konsumsi Rapat Internal Finalisasi Laporan Akhir Penelitian	300,000	6.67
10	10 Okt	Pembayaran Pengolahana Data	1,280,000	28.46

11	14 Okt	Jilid dan Fotocopy Laporan Akhir Penelitian	250,000	5.56
12	14 okt	Pembayaran Submid Publikasi Ilmiah	700,000	15.56

Lampiran 3 Dokumentasi



Lampiran 4. Formulir Evaluasi Atas Capaian Luaran Kegiatan

FORMULIR EVALUASI ATAS CAPAIAN LUARAN KEGIATAN

Ketua : Lia Suprihartini, SE., MM
 Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Pontianak
 Judul : Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention Pembelian Kendaraan Bermotor Type Hybrid

Waktu Kegiatan : 2022

Luaran yang direncanakan dan capaian tertulis dalam proposal awal :

No	Luaran yang Direncanakan	Capaian
1.	Artikel Jurnal	Draft Jurnal

CAPAIAN (Lampirkan bukti-bukti luaran dari kegiatan dengan judul yang tertulis di atas, bukan dari kegiatan penelitian dengan judul lain sebelumnya)

PUBLIKASI ILMIAH

Artikel Jurnal Ke-1*	
Nama jurnal yang dituju	
Nama jurnal yang dituju	JURNAL MANTIK Jurnal ilmiah di bidang sistem informasi/teknologi informasi, Ilmu Komputer dan ilmu manajemen
Klasifikasi jurnal	Jurnal Terakreditasi SINTA 4
Impact factor jurnal	
Draf artikel	√
Sudah dikirim ke jurnal	√
Sedang ditelaah	
Sedang direvisi	
Revisi sudah dikirim	
Sudah diterima	
Sudah terbit	

Pontianak, 20 Oktober 2022

Ketua,



Lia Suprihartini, SE., MM

NIP. 199205112019031017

Pengaruh Green Product Knowledge, Perceived Price dan Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention Pembelian Kendaraan Bermotor Type Hybrid

Lia Suprihartini¹, Dedi Herdiansyah², Meizi Fahrizal³

(¹) Prodi Administrasi Bisnis Otomotif, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak

(²) Prodi Administrasi Bisnis Otomotif, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak

(³) Prodi Administrasi Bisnis Otomotif, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Pontianak
liasuprihartini@umrah.ac.id, herdiansyahdedi@yahoo.com, meizi.fahrizal@yahoo.co.id

ABSTRACT

The background of this research is to dig deeper into environmental motorcycle products with Hybrid type, seek information about how the public understands as consumers regarding environmentally friendly motorized vehicle products and how their perceptions of the price of environmentally friendly products are as well as how the efforts given by the government encourage the public in the purchase and use of environmentally friendly motorcycles. Make sure while preparing for full or pure use of the Motor, before entering the stage of a battery-based vehicle or a 100% electric vehicle, you should first step into the hybrid vehicle phase. The data analysis methodology used is qualitative using the SPSS.V.22 program involving 100 respondents. Sampling using Accidental Sampling. The results showed that the Green Product Knowledge variable had a significant effect on the Green Purchase Intention variable, the Perceived Price variable had no significant effect on the Green Purchase Intention variable, the Government Policy variable had a significant effect on the Green Purchase Intention variable, as well as the Green Product Knowledge, Perceived Price, and Policy variables. The government simultaneously gives a simultaneous influence on the Green Purchase Intention variable.

Keywords: *Green Product Knowledge, Perceived Price, Government Policy, Green purchase intention*

Latar belakang penelitian ini adalah menggali lebih dalam lagi mengenai produk sepeda motor ramah lingkungan dengan type Hybrid, mencari informasi mengenai bagaimana pemahaman masyarakat sebagai konsumen mengenai produk kendaraan bermotor ramah lingkungan dan bagaimana persepsi mereka terhadap harga produk ramah lingkungan tersebut serta bagaimana upaya yang telah diberikan pemerintah mendorong masyarakat dalam pembelian dan penggunaan sepeda motor ramah lingkungan tersebut. Tentunya sembari mempersiapkan penggunaan Motor Listrik secara utuh atau secara murni, sebelum masuk ke tahap kendaraan berbasis baterai atau kendaraan listrik 100%, sebaiknya lebih dahulu menapaki fase kendaraan hybrid. Metodologi analisis data yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan program SPSS.V.22 dengan melibatkan sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dengan menggunakan Accidental Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Green Product Knowledge berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention, variabel Perceived Price tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention, variabel Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention, serta variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama memberikan pengaruh simultan terhadap variabel Green Purchase Intention.

Kata Kunci : *Green Product Knowledge, Perceived Price, Kebijakan Pemerintah, Green Purchase Intention*

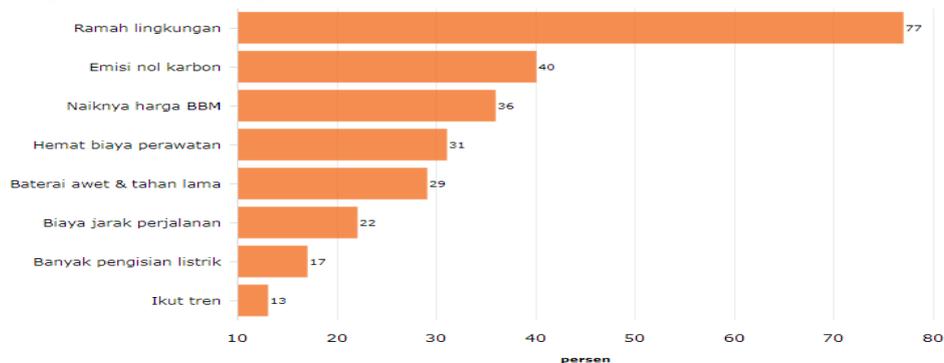
PENDAHULUAN

Pengguna sepeda motor di Indonesia saat ini semakin banyak jumlahnya, dimana

setiap tahun nya terjadi peningkatan terhadap pembelian dan permintaan sepeda motor. Namun tenaga fosil yang dipergunakan sebagai bahan bakar menajadi penyebab semakin menurunnya kesehatan masyarakat dan tentunya dapat merusak lingkungan. Isu yang semakin marak saat yang kita kenal sebagai Isu global warming. Menurut Penelitian dari para ahli, istilah global warming memiliki kaitan yang erat sangat dengan penggunaan alat transportasi yang menggunakan bahan bakar dari fosil tersebut. Sebagai dampak dari kerusakan lingkungan yang muncul diakibatkan oleh aktifitas transportasi tersebut menjadi pencetus munculnya gerakan untuk menghadirkan serta mengembangkan suatu sistem transportasi yang lebih ramah lingkungan yang kita kenal sebagai sistem transportasi yang berkelanjutan (*sustainabletransport*). Seiring dengan menguatnya isu pemasanasan global (*Global Warming*), hal tersebut menuntut industri otomotif untuk dapat menghadirkan kendaraan yang ramah lingkungan. Langkah tersebut diwujudkan dengan diperkenalkannya standar Euro dipergunakannya Teknologi Hybrid yang merupakan perpaduan antara Mesin Kendaraan Konvensional dengan Teknologi Elektrik, serta mobil motor bertenaga listrik dengan harapan dapat mengurangi akibat Buruk Emisi Buangan Gas kendaraan bermotor di Indonesia.

Grafik 1

Ragam Alasan Responden dalam membeli kendaraan Listrik (Januari 2022)



Sumber : Populix, Februari 2022

Dari data diatas menurut hasil survei Populix, sebuah Jasa Survey dan Riset, sampai Januari 2022 ada sekitar 29% responden yang berencana membeli motor listrik. Ada juga 31% responden yang berencana membeli mobil listrik dalam lima tahun mendatang. Survei ini dilakukan selama periode 3-9 Januari 2022 kepada 1.002 warga Indonesia, terdiri dari 523 laki-laki dan 479 perempuan, dengan rentang usia 18 hingga 55 tahun.

Adapun alasan utama yang mendorong para responden untuk membeli dan menggunakan kendaraan listrik adalah isu lingkungan. Sebanyak 77% responden berminat menggunakan kendaraan listrik karena ramah lingkungan, dan 40% responden demi mewujudkan nol emisi karbon atau *zero emission*. Sebanyak 36% responden memilih kendaraan listrik karena kenaikan harga BBM, dan 31% karena hemat biaya perawatan. Ada juga 29% responden yang ingin memakai kendaraan listrik karena baterainya dinilai awet dan tahan lama, 22% karena biaya perjalanan lebih hemat, 17% responden karena ingin memanfaatkan stasiun pengisian kendaraan listrik, dan 13% responden lainnya karena ingin mengikuti tren. Mayoritas responden juga meyakini bahwa kendaraan listrik akan semakin ramah lingkungan, menjadi kendaraan masa depan, dan dapat mengurangi permintaan terhadap bahan bakar minyak (<https://databoks.katadata.co.id/>).

Kendaraan Hybrid sendiri merupakan salah satu kategori produk green product atau produk ramah lingkungan. Konsumen yang peduli dan memiliki pengetahuan tentang isu-isu lingkungan umumnya membeli produk yang ramah lingkungan (Laroche et al., 2001). *Green knowledge* adalah sebutan bagi isu-isu yang terjadi pada lingkungan, serta solusi yang tepat sebagai pencegahan dampak buruk yang akan terjadi pada lingkungan Zsoka (2013). Dengan adanya pemahaman mengenai Green Product (Green Product Knowledge), serta edukasi yang diberikan kepada masyarakat diharapkan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat tentang green product tersebut. Adanya pengetahuan yang lebih serta informasi yang mereka dapatkan baik berupa atribut, fungsi dan utilitas produk, tentu akan menimbulkan

kepercayaan diri yang cukup tinggi bagi masyarakat dalam memberikan penilaian terhadap produk ramah lingkungan tersebut dan tentu nya mempengaruhi niat beli mereka.

Harga juga menjadi salah satu penentu masyarakat sebagai seorang konsumen dalam menjatuhkan pilihannya untuk membeli suatu produk. Sedangkan Persepsi Harga (*Perceived Price*) adalah persepsi konsumen ketika melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah atau adil (*Schiffman dan Kanuk 2015*). Harga sepeda motor Type hybrid saat ini memang lebih mahal jika dibandingkan dengan sepeda motor konvensional. Harga yang tinggi tersebut tentu berkorelasi terhadap buangan emisi yang lebih sedikit dan dengan menggunakan tenaga listrik yang tentu nya ramah bagi lingkungan juga kesehatan manusia. Pemahaman akan harga yang lebih tinggi tetapi memberikan manfaat yang lebih besar, tidak hanya terhadap kebermanfaatannya atas utilitas dari barang tersebut melainkan terhadap kesehatan lingkungan.

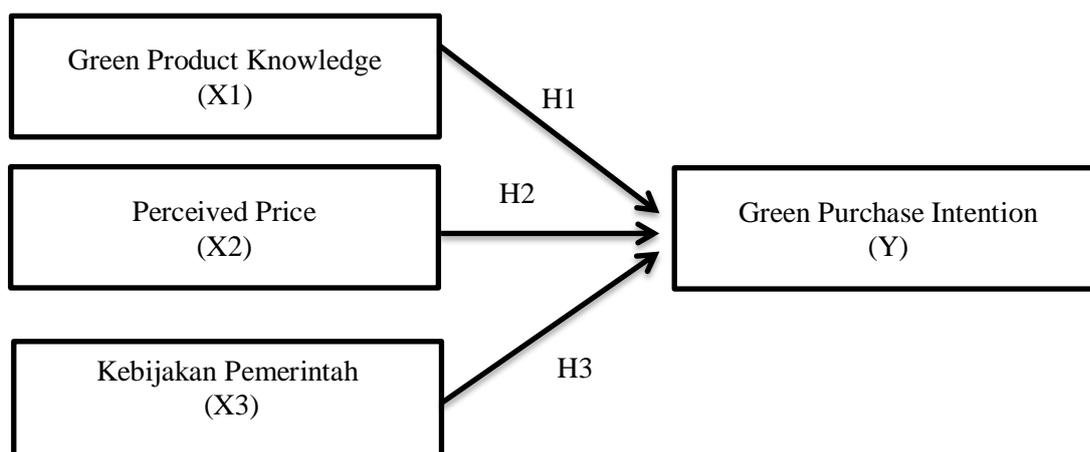
Pada tahun 2019 pemerintah mengeluarkan lagi Perpres no 55 tahun 2019 terkait percepatan program Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) untuk KBL berbasis baterai beroda dua, tiga dan beroda empat atau lebih. Pemberian Insentif yang termasuk dalam uraian pasal pada Perpres tersebut belum secara spesifik menjelaskan sasaran pemberian insentif tersebut. Maka dari pada itu, perlunya tahapan sebelum benar-benar masuk kepada industri Kendaraan Berbasis Listrik tersebut yaitu dengan aturan tentang penggunaan motor Hybrid. Secara perlahan adanya perubahan penggunaan energi minyak (fosil) yang kemudian dikonversi menjadi energi listrik dimana kedua-duanya dapat bekerja secara bergantian.

Niat beli masyarakat muncul sebagai perilaku konsumen yang ingin membeli produk atas dasar pengalaman dan keinginannya terhadap suatu produk. Sikap positif terhadap merek hijau (ramah lingkungan) akan mempengaruhi niat beli terhadap produk ramah lingkungan (*Green Purchase*) (Chen, 2012). Konsumen yang memiliki kepedulian terhadap masalah lingkungan akan mengikutsertakan dirinya untuk menjadi solusi masalah dengan mengubah pola konsumsinya (*Rehman dan Khyzer, 2013*).

Penelitian oleh Nobel Kristian Triandoyo Tampubolon, menunjukkan bahwa hubungan *green product knowledge* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli; Agung Wiranto Setyabudi dan Tania Adialita, menunjukkan *green product knowledge* tidak berpengaruh terhadap *green purchase intention* tanpa dimediasi oleh *green trust*; Mega Widya Denanda, melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kebijakan Green Car Terhadap Perspektif Politik Lingkungan dan Kesadaran Konsumen dalam Mutu Ramah Lingkungan; Studi Kasus LCGC Merek Dagang Toyota di Semarang Selatan, dimana hasil penelitian tersebut memperlihatkan kurangnya aksi yang berkesinambungan antara pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat; Lendy Aulina dan Elevita Yuliati, menunjukkan bahwa Pengetahuan merek hijau berpengaruh positif terhadap sikap terhadap merek hijau, dan terakhir, sikap terhadap merek hijau berpengaruh positif terhadap niat beli hijau (*Green Purchase Intention*).

Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1



- H1 : Terdapat Pengaruh Positif antara Green Product Knowledge terhadap Green Purchase Intention
H2 : Terdapat Pengaruh Positif antara Perceived Price terhadap Green Purchase Intention
H3 : Terdapat Pengaruh Positif antara Kebijakan Pemerintah terhadap Green Purchase Intention

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Kauntitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna kendaraan sepeda motor di kota Pontianak dengan sampel berjumlah 100 orang responden. Data dalam penelitian ini didapat langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang diberikan kepada responden dalam bentuk pertanyaan tertutup yang kemudian akan dijawab oleh responden. Data yang didapatkan kemudian dianalisa dengan menggunakan teknik yang paling efektif untuk mendapatkan data primer langsung dari subjek penelitian. Penelitian ini akan meneliti dan menguji pengaruh variable bebas terhadap variable terikat dengan menggunakan Spss versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang berdomisili di kota Pontianak, yang telah memahami bagaimana pentingnya produk yang ramah lingkungan (*Green Product*) dalam hal ini kendaraan Bermotor Type Hybrid. Adapun responden laki-laki berjumlah 46 orang dan wanita berjumlah 54 orang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan , responden dengan rentang umur 18 - 25 tahun sebesar 8 % , 26 - 41 tahun sebesar 57 % , 42 – 57 Tahun sebesar 34 % , dan sisanya yaitu 1% yaitu untuk rentang usia 58 – 76 tahun. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 26 - 41 tahun yaitu sebesar 57%.

Selanjutnya 11 responden dengan persentase 11 berpendidikan terakhir SMA/SMK, 8 responden dengan persentase 8% berpendidikan terakhir Diploma, 40 responden dengan persentase 40% berpendidikan terakhir Sarjana, 40 responden dengan persentase 40% berpendidikan terakhir Magister, serta 1 responden dengan persentase 1% berpendidikan terakhir Doktor. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang ada pada penelitian yang dilakukan berpendidikan terakhir yaitu Sarjana serta Magister dengan persentase 40%.

Hasil Pembentukan Model Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.065	1.553		-3.261	.002
Green Product Knowledge	.557	.116	.385	4.804	.000
Perceived Price	.019	.078	.017	.239	.812
Kebijakan Pemerintah	.279	.048	.491	5.861	.000

a. Dependent Variable: Green Purchase Intention

Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 24

Dari hasil diatas, maka didapat model regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

$$GPI = -5.065 + 0.557 GPK + 0.019 PP + 0.279 KK$$

Interpretasi

- Nilai koefisien regresi variable Green Product Knowledge adalah sebesar 0.557 yang menunjukkan hubungan searah sehingga dapat diartikan jika nilai variabel Green Product Knowledge meningkat sebanyak 1 maka nilai variable Green Purchase Intention akan meningkat sebesar 0.557.
- Nilai koefisien regresi variable Perceived Price adalah sebesar 0.019 yang menunjukkan hubungan searah sehingga dapat diartikan jika nilai variable Perceived Price meningkat

sebanyak 1 maka nilai Green Purchase Intention akan meningkat sebesar 0.019

- Nilai koefisien regresi variable Kebijakan Pemerintah adalah sebesar 0.279 yang menunjukkan hubungan searah sehingga dapat diartikan jika nilai variable Kebijakan Pemerintah meningkat sebanyak 1 maka nilai variabel Green Purchase Intention akan meningkat sebesar 0.279

Pembahasan

- Pengujian secara parsial membuktikan bahwa dengan Nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya nilai signifikansi kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Green Product Knowledge berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.
- Pengujian secara parsial membuktikan bahwa dengan Nilai signifikansi sebesar 0.812 yang artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Price tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.
- Pengujian secara parsial membuktikan bahwa dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya nilai signifikansi kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.
- Pengujian secara simultan membuktikan bahwa Nilai signifikansi 0,000 dan nilai F_{hitung} 57.855. Ini berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama memberikan pengaruh simultan terhadap variabel Green Purchase Intention

H1 : H_0 ditolak H_1 Diterima, ada pengaruh variabel Green Product Knowledge berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention

H2 : H_1 di tolak H_0 diterima karena variabel Perceived Price tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention

H3 : H_0 ditolak H_1 Diterima bahwa variabel Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.

H4 : H_1 diterima, H_0 ditolak, bahwa variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama memberikan pengaruh simultan terhadap variabel Green Purchase Intention.

Kesimpulan

Secara Parsial Variabel Green Product Knowledge berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.

1. Secara Parsial Variabel Perceived Price tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention
2. Secara Parsial variabel Kebijakan Pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Green Purchase Intention.
3. Secara Parsoal variabel Green Product Knowledge, Perceived Price, dan Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama memberikan pengaruh simultan terhadap variabel Green Purchase Intention

Saran

Dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan, dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan secara intens melakukan edukasi kepada masyarakat serta mengkampanyekan Penting nya Penggunaan berbagai produk ramah lingkungan (Green Product) termasuk bagaimana agar masyarakat memiliki ketertarikan terhadap penggunaan kendaraan Hybrid yang tentunya dari segi emisi atau buangan nya lebih ramah lingkungan mengingat bahan bakar fosil juga semakin menipis.
2. Produsen sebagai penyedia produk, dapat mengambil peran dapat penyediaan produk kendaraan ramah lingkungan, sehingga ketika banyak produsen menghadirkan produk kendaraan Hybrid tersebut, salah satu nya akan berdampak nantinya pada harga yang tersedia dipasar, dimana yang kita pahami bahwa sebelumnya hanya ada satu jenis kendaraan bermotor Hybrid dengan harga yang cukup mahal, kemudian saat ini hadir salah satu produk kendaraan hybrid yang lebih terjangkau harga nya.
3. Pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan merumuskan berbagai aturan terkait penggunaan kendaraan bermotor type hybrid, sekiranya dapat membuat aturan dan kebijakan yang dapat lebih mendorong penggunaan kendaraan Motor Hybrid, baik terkait regulasi aturan menyangkut Produsen sebagai penghasil kendaraan serta konsumen sebagai pengguna serta diharapkan Pemerintah juga dapat menambah sarana dan fasilitas Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU), tidak hanya dikawasan perkotaan dan pusat bisnis strategis aja, tetapi juga tersebar secara merata di wilayah pemukiman penduduk.

Daftar Pustaka

- Abidin Said Zainal, Kebijakan Publik, (Jakarta : Salemba Humanika, 2012), hlm. 18
- AG. Subarsono. 2012. Analisis Kebijakan Publik (konsep. teori dan aplikasi).Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Aulina Lendy & Elevita Yuliati, “The Effects of Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, and Attitude towards Green Brand on Green Products Purchase Intention”, *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 36
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance GreenPurchase Intentions : The Roles of Green Perceived Value , Green Perceived Risk, and Green Trust. *Management Decision*, 502-520.
- Denanda mega widya, Analisis Pengaruh Kebijakan Low Cost Green Car Terhadap Perspektif Politik Lingkungan dan Kesadaran Konsumen Dalam Mutu Ramah Lingkungan : Studi Kasus LCGC Merek Dagang Toyota Di Semarang Selatan MARANG, *Journal of Politic and Government Studies*, vol 8, no 4, ejournal3.undip.ac.id
- Fuchs, C. Diamantopoulos, A. (2010). Evaluating the effectiveness of brand-positioning strategies from a consumer perspective. *European Journal of Marketing*, 44 (11/12), 1763- 1786
- He, X., & Zhan, W. (2018). How to Activate Moral Norm to Adopt Electric Vehicles in China? An Empirical Study Based on Extended Norm Activation Theory. *Journal of Cleaner Production*, 3546-3556
- Moisander, J. (2007). Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies*, 31 (4), 404-416
- Mostafa, M.M. (2007), “A hierarchical analysis of the green consciousness of the Egyptian consumer”, *Psychology & Marketing*, Vol. 24 No. 5, pp. 445-473.
- Tjiptono,Fandy. 2015, Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Larohe, Michel, Jasmin Bergeron, & Guido Barbaro-Forleo (2001), “Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products,” *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18, No. 6, pp. 503-520.
- Nobel Kristian Tripanyo Tampungolon dengan judul Analisis Hubungan *Green Product*



PT. RaRa Promosindo

Travel - Rent Car And Transportation Service
Jalan Raya ...
No. ...
Telp. ...

No. []
Hari/tgl: 29-12-2016 - 2016
Agenda: []

NO	JENIS	HARI	HARGA	TOTAL
	Sewa mobil + bensin 2 liter	1 Lusin		

Tertimbang
Lampiran mobil dan bensin 2 liter setiap

JUMLAH
Tanda Terima



Lp Linsih Ponsel Partikel 6-8-22
Jl. ...
No. ...

NOTA NO:

Stasiun	Nama Stasiun	Harga Stasiun	Jumlah
2 H	Pulsa	101.000	3.000.000

No. 150-000
Lp Linsih Ponsel
Jl. ...
No. ...

Scanned by TapScanner

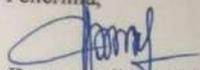
KUITANSI
BUKTI PEMBAYARAN HONORARIUM
No. Kuitansi:

Sudah Terima Dari : Ketua Peneliti (Lia Suprihartini)
Banyaknya Uang : Enam Ratus Dua Puluh Lima Ribu Rupiah
Untuk Pembayaran : Honorarium Pembantu Peneliti I

Rp. 600.000,-

Jumlah Kotor : Rp. 600.000
PPH : -
Jumlah yang diterimakan : Rp. 600.000

Pontianak, 04 Agustus 2022
Penerima,


Daeng Andi Ronald

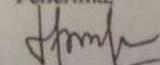
KUITANSI
BUKTI PEMBAYARAN HONORARIUM
No. Kuitansi:

Sudah Terima Dari : Ketua Peneliti (Lia Suprihartini)
Banyaknya Uang : Enam Ratus Dua Puluh Lima Ribu Rupiah
Untuk Pembayaran : Honorarium Pembantu Peneliti I

Rp. 600.000,-

Jumlah Kotor : Rp. 600.000
PPH : -
Jumlah yang diterimakan : Rp. 600.000

Pontianak, 04 Agustus 2022
Penerima,


Hapsah

Scanned by TapScanner

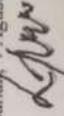
DAFTAR PENERIMAAN HONORARIUM PENUNJANG PENELITIAN

JUDUL : PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE, PERCEIVED PRICE DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR TYPE HYBRID

Sudah diterima dari Ketua Peneliti Honorarium seperti rincian di bawah ini :

No	Nama	Keterangan	Golongan	Jumlah Kotor	Pajak PPH	Jumlah Bersih	NPWP	TTD
1	Hapsah	Pembantu Peneliti I	-	600,000	-	600,000	-	
2	Daeng Andi Ronaldi	Pembantu Peneliti II	-	600,000	-	600,000	-	

Pontianak, 4 Agustus 2022



Lia Suprihartini, SE., MM
NIP. 198210012014042001

20 Sept 2022

Tuan
Toko

NOTA NO.

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
10 kotak	Masi Kotak	50.000	500.000

Jumlah Rp. 500.000

Tanda Terima



14/09/2022

Tuan
Toko

NOTA NO.

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
3	Paket Internet	100.000	300.000

Jumlah Rp. 300.000

Tanda Terima





Jl. H.R. Arachman Gg.Ikrar No. 40 Pontianak Barat
 Hp/Wa : 0821 4911 7201 / 0812 5130 7675

Pontianak, 20 Sept 2022
 Kepada Yth. _____

Qty	Nama Barang	Harga Satuan	Jumlah
1 bh	flaskus		350.000
1 ks	kat box tln		80.000
2 Pkt	Map Plastik	50.000	100.000

Tanda Terima,
 (.....)



Total 480.000
 DP _____
 Sisa Bayar _____



ANUGERAH Ponsel
 Melayani / Grosir :
 Aksesori Handphone, Sparepart, dll
 * Jl. Gusti Manuah (Pancasila)
 Hp. 0821 8916 1800
 Pin BB : 23580C35
 * Jl. Pangrehat Nalis Kusuma (PKK)
 * Sobelah Gg. Rajawali *
 Hp. 0812 561 3797, 0812 5120 6879
 Pin BB : 25F19A08

Pontianak, 7/9 2022
 KEPADA _____

No. NOTA :

Banyaknya	NAMA BARANG	Harga Satuan	Jumlah
3	pulsa	111.000	333.000

Tanda Terima, Jumlah Rp. 333.000
 Homat kami

PERHATIAN : Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan. Terima kasih.

[Handwritten signature]

DAFTAR PENERIMAAN HONORARIUM PENGOLAH DATA PENELITIAN
JUDUL : PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE, PERCEIVED PRICE DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR TYPE HYBRID

Sudah terima dari Ketua Penelitian Honorarium seperti rincian di bawah ini :

No	Nama	Keterangan	Golongan	Jumlah Kotor	Pajak PPH	Jumlah Bersih	NPWP	TTD
1	Seli	Pengolah Data 1	-	640,000		640,000		<i>Seli</i>
2	Mega	Pengolah Data 2	-	640,000		640,000		<i>Mega</i>

Pontianak, 10 Oktober 2022

Lia
 Lia Suprihartini, SE., MM
 NIP.198210012014042001

Lampiran 3. Biodata Ketua dan Anggota Tim Peneliti

Ketua Peneliti

A. Biodata Ketua

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	LIA SUPRIHARTINI, SE., MM
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas Lainnya	198210012014042001
5	NIDN	1001108204
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Pontianak, 1 Oktober 1982
7	E-Mail	lia.arai@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	081277276056
9	Alamat Kantor	Jl. Politeknik Senggarang
10	Nomor Telepon/Faks	0771-7001550/0771-70389999
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S1 =Orang
12	Mata Kuliah Yang Diampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem Pengendalian Manajemen 2. Perekonomian Indonesia 3. Komunikasi Bisnis 4. Kewirausahaan 5. Pengantar Bisnis 6. Pengantar Manajemen 7. Pengantar Manajemen

Pemasaran
8. Etika Bisnis
9. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran
10. Manajemen Pemasaran
 Lanjutan

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama PT	Universitas Tanjungpura (UNTAN)	Universitas Tanjungpura (UNTAN)
Bidang Ilmu	Manajemen Pemasaran	Manajemen Pemasaran
Tahun Masuk-Lulus	31 Januari 2005	23 Juli 2012
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Kualitas Jasa Pelayanan PT. Telkom (KANDATEL) Pontianak	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Yang Ditawarkan Melalui Situs Jejaring Sosial Facebook (Study Kasus Pada User Facebook Di Kota Pontianak

C. Karya Ilmiah Dan Hasil Penelitian

N o	Judul Daftar Karya Ilmiah dan Hasil Penelitian Utama Yang Ditulis Dalam Lima Tahun Terakhir	Jenis Karya	Sumber Pendanaan	Jumlah
1	Akuntansi Perpajakan Atas Kepemilikan Aktiva Kendaraan Dengan Opsi Capital Lease	Penelitian / 2009 Jurnal Ekonomi Maritim	APBN	Rp. 5.000.000,-
2	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Yang Di Tawarkan Melalui Social Networking	Penelitian / 2012 Jurnal Ekonomi Maritim http://riset.umrah.ac.id/?p=54	APBN	Rp. 5.000.000,-
3	Analisis Pengaruh Pelaksanaan Manajemen Publik Melalui Pengukuran <i>Value For Money</i> Dan Karakteristik Pemerintah Daerah Terhadap Penggunaan Belanja Modal di Provinsi Kepulauan Riau Tahun 2008 -2012	Penelitian / 2013 Jurnal Ekonomi Maritim	Hibah Penelitian Dosen Pemula DIKTI	Rp. 10.500.000,-
4	Analisis Pengaruh Strategi Pembentuk WOM(Word Of Mouth) Dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada Tingkat Kunjungan	Penelitian / 2014 Jurnal Ekonomi Maritim	Hibah Penelitian Dosen Pemula DIKTI	Rp. 13.500.000,-

	Objek Wisata Di Kabupaten Bintan Kepulauan Riau			
5	Pengembangan Investasi Wilayah Perbatasan, Industri Maritim dan Kawasan Perdagangan Bebas dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir di Provinsi Kepulauan Riau	Penelitian / 2015 Jurnal : JPEB UNJ	Hibah Penelitian Kerjasama Perguruan Tinggi	Rp. 50.000.000,-
6	Peran Penyuluh dan Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Kelompok Nelayan Desa Madong Tanjungpinang	Penelitian / 2018 Jurnal Bahtera Inovasi	Hibah Internal UMRAH Dosen Pemula	Rp. 10.000.000,-
7	Peran Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Koperasi Nelayan Kota Tanjungpinang	Penelitian / 2019 Jurnal Bahtera Inovasi	Hibah Internal UMRAH Dosen Pemula	Rp. 10.000.000,-
8	PROMOTION MIX SERTA PERAN KELOMPOK PENGGIAT WISATA TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN WISATA PADA WISATA BAHARI PULAU BENAN	Penelitian / 2020 Jurnal Bahtera Inovasi	Hibah Internal Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi	Rp. 10.950.000,-
9	Pemberdayaan Usaha Ekonomi Produktif Bagi Masyarakat Kelurahan Senggarang Tanjungpinang	PKM / 2012	APBN	Rp. 5.000.000,-
10	Peningkatan Pemberdayaan Keluarga Usaha Ekonomi Produktif di Kelurahan Pinang Kencana Tanjungpinang	PKM / 2013	APBN	Rp. 5.000.000,-
11	Pemberdayaan Perempuan Dalam Pemanfaatan Limbah Barang Bekas Menjadi produk Kreatif Bernilai Ekonomi Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Miskin Di TPA GANET Kelurahan Pinang Kencana Tanjungpinang	PKM / 2014	APBN	Rp. 6.000.000,-
12	Pendampingan Dalam Operasionalisasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) Kelompok nelayan Desa Madong	PKM / 2018	Hibah Internal UMRAH	Rp. 10.000.000,-
13	Pemanfaatan Media Online dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga bagi Ibu Rumah Tangga di	PKM / 2018	Hibah Internal UMRAH	Rp. 10.000.000,-

	Kijang Kota Kabupaten Bintan			
14	Buku Ajar Pengantar Manajemen	Buku Ajar / 2016 Umrah Press 978-602-6770-32-5 Jumlah hal 243	Hibah Internal Umrah	Rp. 5.000.000,-
15	Buku Ajar Pengantar Manajemen Pemasaran Praktis	Buku Ajar / 2016	15	Buku Ajar Pengantar Manajemen Pemasaran Praktis
16	Penelitian PITG “ PENERAPAN ALAT MONITORING KUALITAS AIR LAUT PADA USAHA PEMBESARAN TERIPANG PASIR UNTUK PEMBUDIDAYA DI PULAU BENAN, PROVINSI KEPULAUAN RIAU	PATEN dalam Proses	Hibah Internal Umrah	Rp. 26.000.000

D. Keikutsertaan dan Seminar / Pelatihan

No	Jenis Pelatihan/Kursus/Seminar/Lokakarya	Tahun
1	Pelatihan Program Peningkatan Keterampilan Dasar Teknik Teknik Intruksional (PEKERTI)	2008
2	Apply Aproach	2008
3	Pelatihan Penyusunan Proposal Penelitian Tindakan Kelas (Class Action Research)	2009
4	Workshop Jurnal Ilmiah di Universitas Tanjungpura	2012
5	Pelatihan Penyusunan Proposal Hibah	2013
6	Seminar HMI (Himpunan Manajemen Indonesia)	2014
7	Pelatihan HAKI di selenggarakan oleh UMRAH	2014
8	Practice English Dosen dan Staf di lingkungan	2014
9	Pelatihan TOT Metodologi Instruktur Kualifikasi 3 Bidang Pelatihan Sub Bidang Metodologi Pelatihan	2020

E. PEMAKALAH SEMINAR ILMIAH (ORAL PRESENTATION) 5 TAHUN TERAKHIR

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	International Conference on Maritime Development (ICMD) UMRAH	Proceeding : <i>1st International Comference on Maritime Development Proceeding</i>	4-6 September 2015 Di

		<i>Creation Effect Anaysis Competitive Advantage In Shaping WOM (Word of Mounth) At Level Visits Sightseeing in Bintan regency of Riau Archipelago Province</i>	Tanjungpinang
2	1 st National Conference On Social Economy Development	E-Word Of Mouth dalam Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisata Bahari Kabupaten Bintan Kepulauan Riau	24 November 2019
3	1st Maritime, Economics, and Business International Conference, MEBIC 2021,	Promotion Mix and The Rule Of Tourism Activities Group on The Rate of Tourism Visits to Benan Island, Rian Island Province, Indonesia	24-25 September 2021, Tanjungpinang City, Riau Islands Province, Indonesia

F. PEROLEHAN HKI DALAM 5-10 TAHUN TERAKHIR

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis
1.	Pengantar Manajemen	2018	Buku

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Pontianak, April 2022

Lia Suprihartini, SE., MM
NIDN. 1001108204

Anggota Tim Peneliti 1

Anggota Tim Peneliti 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Dedi Herdiansyah
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP	19751009 200112 1 003
5	NIDN	0009107505
6	Tempat Tanggal Lahir	Singkawang, 09 Oktober 1975
7	Email	herdiansyahdedi@yahoo.com
8	Nomor Telepon/Hp	081345521401
9	Alamat Kantor	Politeknik Negeri Pontianak, Jalan Ahmad Yani Pontianak, Kalbar
10	Nomor Telepon/Fax	0561-768520
11	Mata Kuliah Yang Diampu	1. Kewirausahaan
		2. Pengantar Manajemen
		3. Pelayanan Publik
		4. Pelayanan Prima
		5. Business to Consumers (B2C)
		6. Komunikasi Bisnis
		7. Pengantar Bisnis
		8. Administrasi Kependudukan

B. Riwayat Pendidikan

Program	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Tanjungpura	Universitas Gajahmada	Universitas Brawijaya
Bidang Ilmu	Ilm Ekonomi dan Studi pembangunan	Ilmu Manajemen	Ilmu Manajemen
Tahun Masuk	1993	1999	2009
Tahun Lulus	1998	2001	2012
Judul Skripsi/ Tesis/Disertasi	Analisis Tingkat Pendapatan Penjual Minuman Air Tebu di Kotamadya Pontianak.	Pengumuman Dividen Reguler Terhadap <i>Future Unexpected Earnings</i> : Suatu Penelitian Empiris Di Bursa Efek Jakarta (BEJ).	Pengembangan Konsep Kualitas layanan Dari Pengalaman Pelintas Batas: Studi di Pintu Perbatasan (<i>Border</i>) Entikong, Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat)
Nama Pembimbing/Pr omotor	1. Hj. Wahdiah. Rudi. SE 2. Wahyudi, SE	1. Drs. R. Agus Sartono, MBA	1. Prof. Dr. Djumilah Zain, SE. 2. Prof. Armamu, SE., M.Sc., Ph.D dan 3. Dr. Fatchur Rohman, SE., M.Si

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp.)
1.	2021	Model Kualitas Layanan Produk Sepeda Motor Pada Industri Otomotif di Indonesia.	PNBP AB 2021	14.960.000
2.	2020	Implementasi model pembelajaran jarak jauh berbasis online pada Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	PNBP AB 2020	15.000.000
3.	2019	Analisis Pengaruh Koleksi Bahan Pustaka dan Penataan Tata Ruang Terhadap Minat Baca Pengguna Perpustakaan Pada Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	PNBP AB 2019	18.000.000,-
4.	2018	Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi Online di Indonesia	PNBP AB 2018	13.990.000,-
5.	2017	Skenario Pembiayaan Mikro BUMDes Berbasis Potensielit Desa Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya	PNBP AB 2017	16.500.000,-
6.	2016	Indeks Kepuasan Mahasiswa dan Tenaga Pendidik Terhadap Kualitas Layanan Tenaga Kependidikan Jurusan Administrasi Bisnis POLNEP	PNBP AB 2016	10.000.000,-

D. Pengalaman Pengabdian kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp.)
1.	2021	Pelatihan Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Information and Communication Technology (ICT) Bagi Guru-guru SMP Negeri 5 Pontianak.	PNBP AB 2021	17.000.000,-
2.	2020	Penerapan Manajemen Perpustakaan Melalui Aplikasi Senayan Library Management System (Slims) Pada Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	PNBP AB 2020	17.000.000,-
3.	2019	PKM Peningkatan Layanan Staf Frontline di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Pontianak, Melalui Diklat Kualitas Layanan (<i>Excellent Service Quality</i>)	PNBP AB 2019	24.500.000,-
4.	2018	PKM Bagi Kelompok Tani Nanas dan Kelompok PKK Desa Pematang Tujuh, Kecamatan Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya Prov. Kalimantan Barat	DIPA Polnep 2018	40.000.000,-
5.	2018	Melakukan PKM: Short Course Test of English as Foreign Language (TOEFL)	PNBP AB 2018	22.215.000,-

		Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan bahasa Inggris Siswa/i SMKN 1 Singkawang		
6.	2017	Inisiasi Kewirausahaan Melalui Usaha Alternatif Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Masyarakat Secara Mandiri Pada Kelompok Tani Maju Bersama Kelurahan Setapak kecil, Kecamatan Singkawang Utara.	PNBP AB 2017	18.200.000,-
7.	2016	Mewujudkan Desa Tertib Administrasi Berbasis Aplikasi Pada Desa Punggur Kecil, Kecamatan Sungai Kakap, Kab. Kubu Raya, Provinsi Kalimantan Barat.	PNBP AB 2016	15.000.000,-

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor/ Tahun	Nama Jurnal
1.	Peningkatan Layanan Staf Frontline Melalui Diklat Kualitas Layanan (Excellent Service Quality)	Vol. 5, No.1, Tahun 2022	Jurnal Karinov, LP2M, Universitas Negeri Malang
2.	Model Kualitas Layanan Produk Sepeda Motor Pada Industri Otomotif di Indonesia	Vol. 13, No.2, Tahun 2021	Jurnal Ilmiah Poli Bisnis, Politeknik Negeri Padang
3.	Perceptions of Online-Based Distance Learning At Vocational Higher Education	ISBN 978-623-94500-1-4 Tahun 2020	Prosiding SEMIRATA International Confrence
4.	Analisis Pengaruh Koleksi Bahan Pustaka dan Penataan Tata Ruang Terhadap Minat Baca Pengguna Perpustakaan	Vol. 16, No.1, Tahun 2020	Jurnal Eksos Politeknik Negeri Pontianak
5.	Green Entrepreneurial Opportunity (GEO) A Promising Strategic Anchor Concepts towards Greener Firms Value Performance (FVP): An Evidence From Indonesian Large Scale Enterprises	Tahun 2019	Prosiding International Confrence of Business, Economy, Entrepreneurship and Management
6.	Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi Online di Indonesia	Vol. 6 No. 2. Tahun 2018.	Jurnal Inovasi dan Bisnis
7.	Improvement of Physicochemical and Functional Characteristics of Corn Starch Through Biological-Physical Modification	Vol. 8, No.11, Tahun 2018	<i>International Journal of Modern Engineering Research (IJMER)</i>
8.	PKM Bagi Kelompok Tani Nanas dan Kelompok PKK Desa Pematang Tujuh, Kecamatan Rasau Jaya, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat.	Vol. 9, No. 2 Tahun 2017	Jurnal Teknologi Pangan

9.	Skenario Pembiayaan Mikro BUMDes Berbasis Potensi Elit Desa Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya.	Vol. 5 No. 2. Tahun 2017.	Jurnal Inovasi dan Bisnis
10.	Implementasi pembelajaran Statistika Berbasis Pendidikan Karakter Untuk Membentuk Karakter Entreprenur Mahasiswa	Vol. 2 No. 4. Tahun 2016.	Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi dan Multidisiplin (SIGIM #1)

F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Seminar/Pertemuan Ilmiah Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	International Conference of SEMIRATA 2020	Persepsi Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) Berbasis Daring Pada Perguruan Tinggi Vokasi	Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAN, Pontianak 15 Desember 2020
2.	-	-	-

G. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Tema Jenis Rekayasa Sosial lainnya Yang Telah Diterapkan	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
-	-	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat di pertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Terapan.

Pontianak, 15 April 2022
Anggota 2 Tim Peneliti

Dr. Dedi Herdiansyah
NIP. 197510092001121003

Anggota Tim Peneliti 1

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	A. Meizi Fahrizal, SE, M.Si
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4.	NIP	196805191996031002
5.	NIDN	0019056807
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	Pontianak, 19 Mei 1968
7.	E-mail	Meizi.fahrizal@yahoo.co.id
8.	Nomor Telepon/HP	08164987105
9.	Alamat kantor	Jl. Jenderal A. Yani Pontianak
10.	Nomor Telepon/Faks	0561-736180 / 0561-740143
11.	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Kearsipan
		2. MICE
		3. Formulasi Kebijakan Publik
		4. Implementasi Kebijakan Publik
		5. Matematika Bisnis

Anggota Tim Peneliti 2

B. Riwayat Pendidikan

Program	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura Pontianak	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
Bidang Ilmu	Studi Pembangunan	Administrasi Negara/Kebijakan Publik
Tahun Masuk	1987	2004
Tahun Lulus	1992	2006
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tamatan SLTA Mencari Mencari Kerja di Kota Pontianak	Evaluasi Pelaksanaan Kurikulum Berbasis Kompetensi pada Politeknik Negeri Pontianak
Nama Pembimbing/Promotor		

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1.	2021	Model Kualitas Layanan Produk Sepeda Motor Pada Industri Otomotif di Indonesia.	PNBP AB 2021	14.960.000

2.	2020	Implementasi model pembelajaran jarak jauh berbasis online pada Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	pop 2020	15.000.000,-
3.	2019	Analisis Pengaruh Koleksi Bahan Pustaka dan Penataan Tata Ruang Terhadap Minat Baca Pengguna Perpustakaan Pada Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	pop 2019	18.000.000,-
4.	2018	Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi Online di Indonesia	pop 2018	10.990.000,-
5.	2017	Pengaruh Diklat dan Motivasi Kerja dengan Variabel Penempatan sebagai Variabel Intervening terhadap Kinerja Tenaga Kependidikan di Polnep	PNBP AB 2017	15.805.000,-
6.	2016	Indeks Kepuasan Mahasiswa dan Tenaga Pendidik Terhadap Kualitas Pelayanan Tenaga Kependidikan Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	PNBP AB 2016	10.000.000,-
7.	2016	Analisis Implementasi Struktur Organisasi Kantor Kepala Desa Pasir Kab. Mempawah Kalimantan Barat.	DIPA Politeknik Negeri Pontianak	750.000,-

D. Pengalaman Pengabdian Pada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul PkM	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1.	2021	Pelatihan Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Information and Communication Technology (ICT) Bagi Guru-guru SMP Negeri S Pontianak	PNBP AB 2021	17.000.000,-
2.	2020	Penerapan Manajemen Perpustakaan Melalui Aplikasi Senayan Library Management System (Slims) Pada Jurusan Administrasi Bisnis Polnep	PNBP AB 2020	17.000.000,-
3.	2019	Pelaksanaan Penataan Arsip Inaktif pada PT Traktor Nusantara Perwakilan Kalimantan Barat di Kabupaten Kubu Raya	PNBP AB 2019	24.500.000,-
4.	2018	Budidaya Perikanan bagi Pondok Pesantren Ma'had Tanfidz Qur'an Darul Hasan Kec. Pontianak Selatan Kota Pontianak	PNBP AB 2018	24.500.000,-

5.	2017	Penerapan Analisa Pulang Pokok Pada Kelompok Tani Sumber Rezeki Kelurahan Setapak Kecil, Kota Singkawang	PNBP AB 2017	18.000.000, -
----	------	--	--------------	---------------

D. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 tahun terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1.	Model Kualitas Layanan Produk Sepeda Motor Pada Industri Otomotif di Indonesia	Vol. 13, No.2, Tahun 2021	Jurnal Ilmiah Poli Bisnis, Politekneik Negeri Padang
2.	Perceptions of Online-Based Distance Learning At Vocational Higher Education	ISBN 978-623-94500-1-4 Tahun 2020	Prosiding SEMIRATA International Confrence
3	Analisis Pengaruh Koleksi Bahan Pustaka dan Penataan Tata Ruang Terhadap Minat Baca Pengguna Perpustakaan	Vol. 16, No.1, Tahun 2020	Jurnal Eksos Politeknik Negeri Pontianak
4.	Pengembangan Model Kualitas Layanan Transportasi Online di Indonesia	Vol. 6 No. 2. Tahun 2018	Jurnal Inovasi dan Bisnis

E. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Seminar/Pertemuan Ilmiah dalam 5 tahun terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

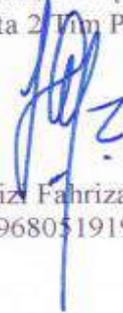
F. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial lainnya dalam 5 tahun Terakhir

No.	tahun	Judul / Tema /Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat di pertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Terapan.

Pontianak, 15 April 2022
Anggota 2 Tim Peneliti



H. Meizi Fahrizal, SE, M.Si
NIP. 196805191996031002