

**PENGARUH GREEN PRODUK KNOWLEDGE DAN GREEN
INOVASI TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION
MOTOR LISTRIK MEREK VOLTA PADA MASYARAKAT
BENGKULU TENGAH**



SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana pada fakultas ekonomi dan bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Diajukan oleh

**WIRA OKTANIA
NPM. 2161201176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH GREEN PRODUK KNOWLEDGE DAN
GREEN INOVASI TERHADAP GREEN PURCHASE
INTENTION MOTOR LISTRIK MEREK VOLTA
PADA MASYARAKAT BENGKULU TENGAH



SKRIPSI

Diajukan Oleh :

WIRA OKTANIA

NPM. 2161201176

Disetujui Oleh :

Pembimbing

Ade Tiara Yulinda, SE., M.M

NIDN : 0217079101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Furqonti Ranidiah, SE., M.M

NIDN : 0208047361

PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH GREEN PRODUK KNOWLEDGE DAN GREEN
INOVASI TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION
MOTOR LISTRIK MEREK VOLTA PADA MASYARAKAT
BENGKULU TENGAH

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Rabu

Tanggal : 3 juli 2025

SKRIPSI

Di ajukan oleh :

Wira Oktania

NPM 2161201176

Dewan Penguji :

1. Ratnawili .S.E.,M.M

Ketua

2. Dr. Meilaty Finthariasari .S.E.,M.M

Anggota

3. Ade Tiara Yulinda ,S.E.,M.M

Anggota

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Furqonti Ranidiah. S.E.,M.M

NIDN. 0208047301



SERTIFIKASI

Saya Wira Oktania menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan Dosen Pembimbing Skripsi. Karya ini Belum pernah disampaikan untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis atau Progam Studi lainnya. Karena karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini adalah tanggung jawab saya.

Bengkulu, 11 Juni 2025




Wira Oktania

Motto dan persembahan

➤ MOTTO

- ❖ **"Kesuksesan bukanlah tentang seberapa cepat kita mencapai tujuan, tetapi seberapa gigih kita bertahan dan terus melangkah meskipun tantangan datang."**

❖ PERSEMBAHAN

- ❖ Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:
- ❖ Kedua orang tua saya tercinta Ayah dan Ibu yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk ayah dan mama. Dan dang saya yang tersayang, terima kasih atas susah dan senangnyanya selama ini, semoga kita selalu bersama untuk membahagiakan ayah, mama dan keluarga besar suatu saat nanti.
- ❖ Ibu Ade Tiara Yulinda ,SE.,M.M Selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya terima kasih telah membimbing saya dengan penuh kesabaran, memberikan saran, kritik, serta petunjuk dan arahan dalam pembuatan skripsi ini.
- ❖ Ibu Ade Tiara Yulinda, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu. saya terima kasih banyak telah menjadi Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu. yang penuh kesabaran dan memberikan informasi kepada saya untuk bisa sampai ditahap skripsi ini.

- ❖ Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu Yang telah mengarahkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Teman-Teman Seperjuangan Saya didunia perkuliahan Terimakasih Atas supportnya selama ini.
- ❖ Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terima Kasih kepada diri saya sendiri Wira Oktania yang sudah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga pada diri saya sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

ABSTRAK

Wira Oktania, 2025, Pengaruh Green Produk Knowledge Dan Green Inovasi Terhadap Green Purchase Intention Motor Listrik Merek Volta Pada Masyarakat Bengkulu Tengah

Pembimbing: Ade Tiara Yulinda ,SE.,M.M

Green Purchase Intention merupakan niat konsumen untuk membeli produk yang ramah lingkungan, dan menjadi perhatian penting dalam mendorong keberlanjutan konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Product Knowledge* dan *Green Innovation* terhadap *Green Purchase Intention* pada konsumen motor listrik merek Volta di masyarakat Bengkulu Tengah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 150 responden konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *Green Product Knowledge* (X1) terhadap *Green Purchase Intention* (Y), yang berarti semakin tinggi pengetahuan konsumen mengenai produk ramah lingkungan, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk melakukan pembelian hijau. Selain itu, *Green Innovation* (X2) juga berpengaruh positif terhadap *Green Purchase Intention*, yang mengindikasikan bahwa inovasi ramah lingkungan yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Secara simultan, kedua variabel independen (*Green Product Knowledge* dan *Green Innovation*) berpengaruh signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menegaskan pentingnya pengetahuan dan inovasi hijau dalam mendorong niat beli masyarakat terhadap produk ramah lingkungan seperti motor listrik Volta.

Kata Kunci: *Green Produk Knowledge, Green Inovasi, dan Green Purchase Intention.*

ABSTRACT

Wira Oktania, 2025, *The Influence of Green Product Knowledge and Green Innovation on Green Purchase Intention for Volta Electric Motorcycles Among the Community of Central Bengkulu*

Supervisor : Ade Tiara Yulinda, SE., MM

Green Purchase Intention refers to consumers' intention to buy environmentally friendly products and has become an important focus in promoting sustainable consumption. This study aims to analyze the influence of Green Product Knowledge and Green Innovation on Green Purchase Intention among consumers of Volta electric motorcycles in Central Bengkulu. A quantitative research method was employed using a survey approach with 150 consumer respondents. The data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that Green Product Knowledge (X1) has a positive and significant influence on Green Purchase Intention (Y), indicating that the higher the consumers' knowledge of green products, the greater their intention to make environmentally friendly purchases. Furthermore, Green Innovation (X2) also has a positive influence on Green Purchase Intention, suggesting that green innovations implemented by companies can enhance consumer buying interest. Simultaneously, both independent variables (Green Product Knowledge and Green Innovation) significantly affect Green Purchase Intention, as evidenced by an F-significance value of 0.000, which is less than 0.05. These findings emphasize the importance of environmental knowledge and innovation in encouraging consumers to purchase eco-friendly products such as Volta electric motorcycles.

Keywords : Green Produk Knowledge, Green Inovasi, and Green Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “Pengaruh *Green Produk Knowledge* Dan *Green Inovasi* Terhadap *Green purchase intention* Motor Listrik Merek Volta Pada Masyarakat Bengkulu Tengah”. Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Maka dengan itu Penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan setinggitingginya terutama kepada.

1. Bapak Dr. Susiyanto, M. Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S, E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Ibu Ade Tiara Yulinda S,E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, kritikan, serta petunjuk dan arahan dalam pembuatan Proposal ini.

5. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penelitian
6. Kepada kedua orang tua yang sangat Penulis cintai karena telah memberikan semangat bantuan baik moril dan materil serta yang selalu mendoakan.

Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya.

Amin, amin, ya robbal alamin.

Bengkulu, Oktober 2024

WIRA OKTANIA
NPM. 2161201176

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II STUDI PUSTAKA.....	10
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.1.1 <i>Green purchase intention</i>	10
2.1.1.1 Pengertian <i>Green purchase intention</i>	10
2.1.1.2 <i>Green Produk Knowledge</i>	14
2.1.1.2.1 Pengertian <i>Green Produk Knowledge</i>	14
2.1.1.2.2 Aspek – aspek <i>green produk</i>	16
2.1.1.3 Faktor <i>Green Produk Knowledge</i>	18
2.1.1.4 Indikator <i>Green Produk Knowledge</i>	21
2.1.3 <i>Green Inovation</i>	23
2.1.3.1 Pengertian <i>Green Inovation</i>	23
2.1.3.2 Faktor yang mempengaruhi <i>Green Inovation</i>	24
2.1.3.3 Indikator <i>Green inovacion</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 <i>Green Produk Knowledge Terhadap Green purchase intention</i>	35
2.3.2 <i>Green Inovasi Terhadap Green Purchase</i>	36
2.3.3 <i>Green Produk Knowledge dan Green Inovasi Terhadap Green Purchase</i>	37

2.4	Kerangka Konseptual.....	38
2.4	Definisi Operasional.....	39
2.6	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
	3.3.1 Populasi	43
	3.3.2 Sampel	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	44
	3.4.1 Observasi	44
	3.4.2 Kuesioner	44
3.5	Uji Instrumen Penelitian	45
	3.5.1 Uji Validitas Instrumen	46
	3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	47
	3.6.1 Analisis Deskriptif.....	47
	3.6.2 Uji Asumsi Klasik	48
	3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
	3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi R^2	50
	3.6.5 Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Hasil Penelitian	54
4.1.1	Deskripsi Tempat Penelitian	54
4.1.2	Karakteristik Responden	55
4.1.3	Uji Instrumen	57
4.1.4	Tanggapan Responden Tentang Green Produk Knowledge Terhadap Green Purchase Intention Pada konsumen Motor Listrik Merek Volta Pada Masyarakat Bengkulu Tengah	58
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	67
4.1.6	Hasil Analisis	70
4.1.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.1.7	Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.1.8	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	72
4.1.9	Pengujian Secara Simultan Uji F	74
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	74

4.2.1 Pengaruh Green Produk Knowledge Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	75
4.2.2 Pengaruh <i>Green Inovasi</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	77
4.2.3 Pengaruh Green Produk Knowledge dan <i>Green Inovasi</i> Terhadap <i>Green Purchase Intention</i>	78
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Motor Listrik Volta 2020 2023	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. 2 Definisi Operasional	39
Tabel 3. 1 Bobot Nilai Setiap Pernyataan	45
Tabel 3. 2 Interval Tanggapan Responen Terhadap Variabel....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Green Produk Knowledge	58
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Tentang <i>Green Inovasi</i>	61
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Tentang Green Purchase Intention	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis	71
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis Uji-t.....	73
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Uji F	74

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	67
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, meningkatnya permasalahan lingkungan seperti perubahan iklim, polusi udara, dan kerusakan ekosistem telah memicu kesadaran global akan pentingnya perlindungan lingkungan dan keberlanjutan (Agustina et al., 2023). Emisi karbon dari sektor transportasi menjadi salah satu penyumbang terbesar terhadap perubahan iklim global, mendorong pemerintah dan masyarakat di berbagai negara untuk beralih ke teknologi transportasi yang lebih bersih dan ramah lingkungan. Motor listrik muncul sebagai alternatif unggul karena mampu mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil dan menghasilkan emisi yang jauh lebih rendah dibandingkan kendaraan konvensional. Hal ini membuat motor listrik mendapat perhatian besar di seluruh dunia sebagai solusi untuk mengurangi jejak karbon (Sholihah & Harsoyo, 2023).

Di tingkat global, berbagai negara telah menerapkan kebijakan yang mendukung adopsi kendaraan listrik, termasuk insentif pajak, pembangunan infrastruktur pengisian daya, dan subsidi langsung untuk konsumen. Banyak negara maju seperti Norwegia, Jerman, dan Jepang mencatatkan pertumbuhan pesat dalam penggunaan kendaraan listrik karena dukungan regulasi dan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Penelitian ini berfokus pada hubungan antara *Green purchase intention*, *Green product knowledge* dan *Green Inovation* dalam konteks adopsi motor listrik

di Bengkulu Tengah. *Green product knowledge* didefinisikan sebagai pemahaman konsumen terhadap manfaat lingkungan dari motor listrik, seperti pengurangan emisi gas rumah kaca, efisiensi energi yang lebih baik dibandingkan kendaraan berbahan bakar fosil, serta kesadaran terhadap keberlanjutan produk tersebut. Pengetahuan yang lebih tinggi memungkinkan konsumen untuk lebih memahami kontribusi positif motor listrik terhadap lingkungan, sehingga mendorong niat untuk membeli (Tarabieh, 2021).

Green purchase intention adalah keinginan konsumen untuk membeli motor listrik sebagai bentuk kontribusi terhadap pelestarian lingkungan, dengan mempertimbangkan nilai keberlanjutan dan keunggulan produk yang ditawarkan. Pengetahuan produk hijau dan inovasi hijau dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi niat beli motor listrik di kalangan konsumen (Lin, 2022).

Green product knowledge adalah pemahaman mendalam tentang produk-produk ramah lingkungan yang dirancang untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem dan kesehatan manusia. Pengetahuan ini mencakup berbagai aspek, seperti penggunaan material berkelanjutan, efisiensi energi, minimisasi limbah, serta proses produksi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Selain itu, *Green product knowledge* melibatkan kesadaran akan sertifikasi seperti Ecolabel, Energy Star, atau Fair Trade yang menandakan kepatuhan terhadap standar keberlanjutan. Bagi konsumen, pemahaman ini membantu dalam memilih produk yang lebih sehat dan mendukung upaya pelestarian lingkungan. Sementara itu, bagi perusahaan, *Green product knowledge* meningkatkan daya saing karena

mampu memenuhi kebutuhan pasar yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan (Wulandari, 2020).

Green Inovation mengacu pada upaya perusahaan dalam menciptakan motor listrik yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga memiliki daya tarik teknologi, seperti efisiensi energi yang lebih tinggi, desain modern, dan fitur inovatif lainnya. Inovasi hijau memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk dan membangun kepercayaan konsumen terhadap manfaat jangka panjang kendaraan listrik (Juliana et al., 2020).

Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mendorong keputusan konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan, yang pada akhirnya dapat mempercepat adopsi kendaraan listrik dan mendukung pembangunan yang berkelanjutan di Indonesia. Bengkulu Tengah, sebagai salah satu wilayah di Indonesia yang sedang berkembang, menghadapi tantangan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya produk ramah lingkungan, termasuk kendaraan listrik. Rendahnya tingkat adopsi kendaraan listrik di wilayah ini menandakan perlunya pendekatan yang lebih efektif dalam edukasi konsumen dan peningkatan inovasi produk. Oleh karena itu, penting untuk memahami seberapa besar pengaruh pengetahuan produk hijau dan inovasi hijau terhadap niat beli motor listrik merek Volta pada masyarakat Bengkulu Tengah .

Penjualan motor listrik merek Volta mengalami peningkatan yang signifikan dari 2020 hingga 2023, didorong oleh berbagai faktor lingkungan,

kebijakan, dan infrastruktur. Pada tahun 2020, Volta berhasil menjual sekitar 500 unit motor listrik, memanfaatkan momentum peningkatan kesadaran masyarakat akan isu lingkungan dan kebutuhan akan kendaraan yang lebih ramah lingkungan. Selanjutnya, pada tahun 2021, penjualan naik menjadi 2.500 unit, sebagian besar karena kampanye keberlanjutan dan insentif pemerintah yang membuat kendaraan listrik lebih terjangkau. Tahun 2022 menandai pencapaian baru dengan penjualan sekitar 8.000 unit, yang didukung oleh pengembangan infrastruktur seperti stasiun tukar baterai, mempermudah konsumen dalam mengakses pengisian daya.

Pada tahun 2023, penjualan hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya, mencapai 15.000 unit. Hal ini didorong oleh peningkatan insentif pemerintah serta perluasan jaringan distribusi, yang membuat produk Volta lebih mudah diakses oleh masyarakat luas. Secara keseluruhan, tren ini mencerminkan dampak positif dari kombinasi antara kesadaran lingkungan, dukungan pemerintah, dan pengembangan infrastruktur yang mendorong adopsi kendaraan listrik di Indonesia (JINAN et al., 2022).

Meskipun adopsi kendaraan listrik terus meningkat, terdapat beberapa permasalahan yang masih menghambat perkembangannya di Bengkulu Tengah. Salah satu kendala utama adalah kurangnya kesadaran dan edukasi masyarakat mengenai manfaat motor listrik, baik dari segi lingkungan maupun ekonomi. Banyak konsumen yang masih menganggap harga awal motor listrik, termasuk baterainya, relatif mahal dibandingkan kendaraan konvensional, sementara opsi pembiayaan dan skema kredit yang tersedia masih terbatas. Selain itu, infrastruktur

pendukung seperti stasiun pengisian daya dan fasilitas tukar baterai masih minim, sehingga membuat masyarakat ragu untuk beralih karena keterbatasan aksesibilitas dan kenyamanan dalam pengisian daya (Ahmad & Zhang, 2020).

Kinerja dan daya tahan baterai juga menjadi perhatian utama, di mana sebagian besar masyarakat masih meragukan performa motor listrik dalam jangka panjang serta khawatir akan biaya penggantian baterai yang tinggi. Selain itu, preferensi terhadap kendaraan berbahan bakar fosil masih cukup kuat karena masyarakat telah terbiasa dengan kendaraan konvensional yang dianggap lebih bertenaga dan memiliki dukungan bengkel serta suku cadang yang lebih luas. Kurangnya inovasi dalam diferensiasi produk juga menjadi tantangan bagi Volta, karena konsumen cenderung memilih produk dengan fitur yang lebih unggul atau tetap bertahan dengan kendaraan berbahan bakar minyak.

Selain tantangan bagi konsumen, pergeseran ke kendaraan listrik juga berdampak pada sektor ekonomi, khususnya bagi bengkel dan mekanik konvensional yang harus menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Jika tidak ada upaya untuk mengedukasi dan memberikan pelatihan bagi mereka, peralihan ke kendaraan listrik dapat menimbulkan resistensi dari pelaku industri otomotif konvensional. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi motor listrik Volta di Bengkulu Tengah, diperlukan pendekatan yang lebih efektif dalam edukasi konsumen, peningkatan infrastruktur pendukung, serta inovasi produk yang lebih menarik dan kompetitif.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Motor Listrik Volta 2020 2023

Tahun	Total Penjualan Motor Listrik Volta (Unit)	Keterangan Utama
2020	Sekitar 500	Volta mulai mendapatkan perhatian dalam pasar kendaraan listrik, didukung oleh peningkatan kesadaran terhadap lingkungan.
Data Penjualan Motor Listrik Volta 2020 2023		
2021	2.500	Penjualan meningkat didorong oleh kampanye keberlanjutan dan insentif dari pemerintah.
2022	8.000	Infrastruktur stasiun tukar baterai mulai dibangun untuk memperluas aksesibilitas.
2023	15.000	Dukungan pemerintah dan insentif lebih besar, serta peningkatan jaringan distribusi.

Sumber data Tempo Bisnis

Setelah dilakukan wawancara dengan konsumen di Bengkulu Tengah menunjukkan beberapa alasan mengapa mereka tidak merekomendasikan pembelian motor listrik Volta. Faktor utama adalah terbatasnya infrastruktur pengisian daya, yang menyulitkan penggunaan jangka panjang. Selain itu, daya tahan dan kinerja baterai dinilai belum optimal, dengan baterai yang cepat habis. Biaya perawatan dan suku cadang juga dianggap masih tinggi. Kurangnya pemahaman dan edukasi mengenai motor listrik, serta performa yang kurang memadai, terutama di medan berat, juga menjadi kendala dalam meningkatkan minat pembelian.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Green Produk Knowledge* Dan *Green Inovasi* Terhadap *Green Purchase Intention* Motor Listrik Merek Volta Pada Masyarakat Bengkulu Tengah”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut

1. Apakah *green produk knowledge* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat Bengkulu Tengah?
2. Apakah *green inovasi* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat Bengkulu Tengah?
3. Apakah *green produk knowledge* dan *green inovasi* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat Bengkulu Tengah?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, jelas kompleks permasalahan yang perlu dikaji dalam penelitian adalah *Green Produk Knowledge* sebagai, *Green Inovasi* dan *Green purchase intention*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian tersebut adalah

1. Bagaimana *green produk knowledge* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat bengkulu tengah.
2. Bagaimana *green inovasi* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat bengkulu tengah.
3. Bagaimana *green produk knowledge* dan *green inovasi* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat bengkulu tengah.

1.5 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui *green produk knowledge* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat bengkulu tengah.
2. Untuk mengetahui *green inovasi* berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat bengkulu tengah.
3. Untuk mengetahui *green produk knowledge* dan *green inovasi*
4. Berpengaruh terhadap *green purchase intention* motor listrik merek volta pada masyarakat bengkulu tengah.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat yaitu

1. Bagi pemilik usaha diharapkan dapat Hasil penelitian ini memberikan wawasan kepada perusahaan, khususnya produsen motor listrik merek Volta, mengenai pentingnya pengetahuan produk dan inovasi hijau dalam menarik Green Purchase Intentionkonsumen. Informasi ini dapat

digunakan untuk merancang kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Dengan mengetahui pengaruh inovasi hijau terhadap niat beli, perusahaan dapat berfokus pada pengembangan produk yang lebih ramah lingkungan dan inovatif, yang mampu menarik konsumen yang peduli lingkungan.

2. Bagi peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan, Penelitian ini menambah wawasan teoretis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli produk hijau, khususnya dalam konteks pengetahuan produk hijau (*Green product knowledge*) dan inovasi hijau (*Green innovation*) pada produk kendaraan listrik. Hal ini dapat memperkaya studi di bidang pemasaran hijau dan keberlanjutan. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor serupa, baik dalam konteks produk yang sama (kendaraan listrik) maupun produk hijau lainnya.
3. Bagi pembaca dapat menjadi rujukan dalam memahami tentang Masyarakat Bengkulu Tengah diharapkan dapat lebih memahami manfaat dari motor listrik sebagai alternatif transportasi yang lebih bersih dan efisien, yang pada gilirannya bisa meningkatkan kualitas udara di wilayah tersebut. Apabila adopsi kendaraan listrik meningkat, hal ini berpotensi membuka peluang ekonomi baru di daerah, seperti bengkel khusus kendaraan listrik dan pusat pengisian daya, yang dapat memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat sekitar.