

## INTISARI

Pertumbuhan jumlah kendaraan meningkat seiring peningkatan aktivitas masyarakat yang merupakan dampak dari pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut memberikan beberapa dampak negatif berupa pencemaran udara dan menipisnya cadangan energi minyak bumi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pemerintah Indonesia telah merancang dan menetapkan berbagai kebijakan salah satunya dengan kebijakan kendaraan ramah lingkungan. Kendaraan berbahan bakar gas dan *hybrid* (listrik-bensin dan gas-bensin) merupakan beberapa jenis kendaraan yang sedang dikembangkan di Indonesia. Penelitian ini berperan dalam mengidentifikasi persepsi masyarakat terhadap kendaraan ramah lingkungan dan mengeksplorasi faktor-faktor adopsinya mengingat pemerintah menargetkan mobil ini dikomersilkan pada tahun 2014 mendatang.

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan *random sampling* sebagai teknik penarikan sampel. Sebuah kuesioner dikembangkan sebagai instrument penelitian berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya. Kuesioner telah diuji pada sebuah *pilot study* sebelum disebarluaskan ke responden. Sebanyak 211 responden dari beberapa kategori kota (kota kecil, kota menengah, kota besar, dan kota metropolitan) yang berdomisili di Blitar, Mojokerto, Yogyakarta, Surabaya, Bogor, dan Jakarta memberikan tanggapan mereka mengenai persepsi kendaraan ramah lingkungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan pembelian kendaraan (mobil).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan dan keinginan responden dalam mengurangi emisi kendaraan adalah tinggi, namun hal tersebut tidak termasuk faktor pertimbangan utama dalam pemilihan pembelian kendaraan. Konsumen mempersepsikan kendaraan ramah lingkungan mempunyai total biaya penggunaan yang lebih besar dibandingkan kendaraan konvensional. Hasil penelitian ini juga menyebutkan faktor-faktor yang secara signifikan berpengaruh dalam pemilihan pembelian kendaraan ramah lingkungan (diwakili mobil *hybrid* listrik-bensin). Domisili, atribut kendaraan (keamanan, biaya operasional, tingkat konsumsi bahan bakar, kepraktisan, kemudahan perawatan, kenyamanan, inovasi teknologi), pencitraan, gaya hidup, pengaruh orang lain, serta tren pembelian merupakan faktor yang signifikan berpengaruh. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi yang tepat sasaran, pemberian insentif pajak kendaraan atau subsidi bahan bakar, pemenuhan faktor penting atribut kendaraan, serta promosi akan *image/* citra kendaraan ramah lingkungan guna mendukung adopsinya.

**Kata kunci:** Persepsi Konsumen, Adopsi Inovasi, Kendaraan Ramah Lingkungan, Mobil *Hybrid*