

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia setiap tahun semakin meningkat, dilihat dari 5 tahun terakhir jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2015 sebesar 238.518.000 jiwa bahkan BPS sudah memproyeksikan ditahun 2020 akan meningkat sebanyak 271.066.000 jiwa (www.kompas.com). Meningkatnya jumlah penduduk ini membuat kebutuhan akan perumahan semakin meningkat, dikarenakan tempat tinggal adalah kebutuhan paling utama selain sandang dan pangan. Mempunyai rumah yang nyaman dan aman merupakan impian setiap orang karena rumah merupakan tempat untuk berkumpul keluarga, berlindung dan sebagai sarana investasi masa depan. Banyak orang menginginkan rumah dengan konsep simpel tetapi terlihat mewah. Semakin meningkatnya kebutuhan akan perumahan menyebabkan banyak perusahaan baru yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dimana setiap perusahaan berusaha menawarkan keunggulan produk yang dihasilkan. Sudah cukup banyak bisnis perumahan yang telah dibangun pada lahan luas perkotaan maupun pedesaan dapat dilihat dari banyaknya perumahan yang disediakan oleh perusahaan. Alasan para developer membangun bisnis perumahan karena semakin banyaknya penduduk maka semakin tinggi minat membeli perumahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan berupaya memberikan kualitas produk yang baik. Bangunan yang kokoh , harga yang cukup terjangkau serta pemilihan lokasi yang strategis merupakan keinginan setiap konsumen. Maka dari itu persaingan

antar perusahaan semakin ketat karena perusahaan harus lebih pintar dalam berinovasi, karena masyarakat membutuhkan tempat tinggal sehat yang nyaman.

Banyak penduduk Indonesia di desa maupun di kota mereka hidup di tempat yang kurang sehat, bisa dikatakan kurang layak untuk dihuni. Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh mereka yang tinggal di pedesaan adalah lemahnya ekonomi serta kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang membangun sebuah rumah yang layak untuk mereka tempati. Sedangkan untuk penduduk di kota mereka kesulitan mencari lahan luas untuk membangun rumah serta harga tanah yang sangat mahal. Harga tanah dan lokasi mempengaruhi masyarakat dalam memutuskan untuk membeli rumah.

Keputusan pembelian merupakan konsep perilaku konsumen yang sudah melalui beberapa proses dalam memutuskan untuk membeli barang atau jasa. Menurut Suharno (2010:96) keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihan dan melakukan pembelian produk atau jasa, serta menggunakannya. Dalam keputusan membeli rumah mereka tidak memikirkan dari segi faktor harga saja. Faktor lokasi dan kualitas bangunan juga mereka pertimbangkan. Alasan konsumen mempertimbangkan faktor harga karena menyesuaikan penghasilan kerja mereka. Selanjutnya lokasi merupakan peran yang penting, karena konsumen menginginkan lokasi yang strategis serta akses jalan dapat dijangkau dengan transportasi. Lalu kualitas bangunan yang kokoh membuat konsumen semakin tertarik dalam membeli rumah karena rumah digunakan untuk jangka panjang dan tempat berkumpul keluarga agar pasti mementingkan kualitas bangunan.

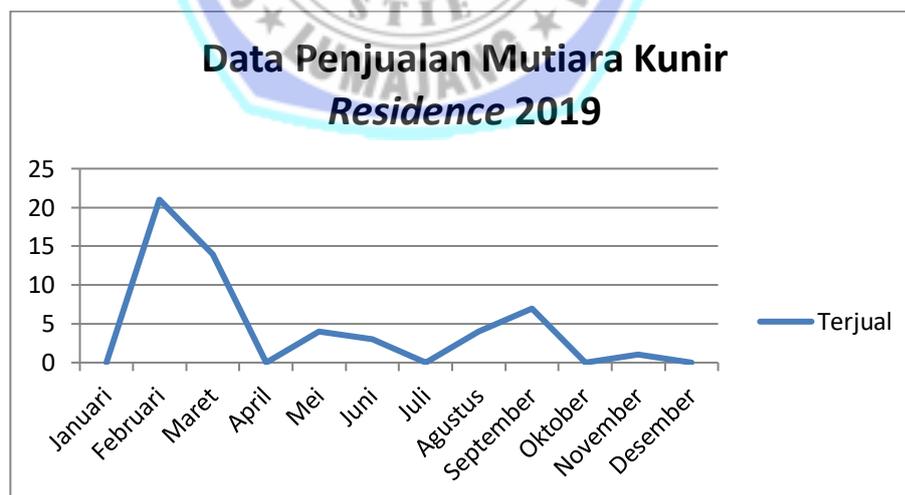
Menurut Kotler & Armstrong (2012:279) kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, dalam hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk keandalan, kemudahan, dalam penggunaan serta perbaikan, dan nilai yang lainnya. Banyaknya permintaan akan rumah, kualitas bangunan menjadi faktor utama yang turut dipertimbangkan konsumen. Kualitas bangunan merupakan karakteristik suatu bangunan dari hasil konstruksi yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas bangunan bisa dinilai dari tingkat desain yang menarik, ke kokohan, keawetan dan kenyamanan. Oleh karena itu, jika ingin mendapatkan kualitas bangunan yang baik maka harga yang di keluarkan relatif tinggi.

Harga menurut Kotler dan Keller (2012:26) harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa dan harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk memiliki atau mendapatkan suatu barang dan jasa. Harga salah satu variabel penting dalam pemasaran, karena harga dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Harga selalu dikaitkan dengan kualitas produk karena harga yang tinggi maka kualitas yang didapatkan juga baik. Demikian lokasi juga penting dalam memutuskan pembelian.

Lokasi menurut Utami (2012:89) lokasi adalah struktur fisik dari sebuah bisnis yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk penilaian sebuah usaha yang dijalankan perusahaan dalam melakukan penempatan bisnisnya. Penentuan lokasi merupakan faktor yang penting juga dalam keberhasilan berdirinya suatu bisnis. Pengaruh tepat tidaknya pemilihan lokasi

sangatlah besar bagi perusahaan. Lokasi dapat dikatakan strategis apabila memenuhi beberapa kriteria seperti halnya berada dalam tingkat kepadatan penduduk, dekat dengan pusat perbelanjaan dan perjalanan yang mudah untuk dijangkau dengan menggunakan transportasi.

PT Albarokah Makmur Jaya membangun perumahan yang bernama Mutiara Kunir *Residence* untuk memudahkan masyarakat agar mempunyai tempat tinggal. Mutiara Kunir *Residence* berkolasi di Jl. Ahmad No. 184, Kebonan, Kunir Lor, Kunir, Kabupaten Luamjang, Jawa Timur 67383 menawarkan rumah dengan tipe 30/60 hingga 30/78 dengan luas rumah $6 \times 10 \text{m}^2$ dimana perumahan ini memproduksi lebih dari 100 unit rumah yang mempunyai keunggulan yaitu kualitas bangunan yang kokoh, harga yang cukup terjangkau dan lokasi yang strategis. Sudah banyak rumah yang terealisasi di Mutiara Kunir *Residence*. Berikut data penjualan tiap bulannya pada tahun 2019.



Gambar 1.1

Data Penjualan Perumahan Mutiara Kunir *Residence*

Sumber : PT Albarokah Makmur Jaya 2020

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dinyatakan bahwa penjualan terbanyak pada bulan februari yang mencapai 21 unit. Penjualan rumah menurun dikarenakan tahun sebelumnya sudah banyak terjual dan terealisasi. Diperkirakan akan ada penambahan perumahan di Mutiara Kunir *Residence* karena permintaan konsumen. Perumahan ini merupakan perumahan yang sudah terjual 100 lebih unit rumah dalam kurun waktu kurang lebih 3 tahun di daerah pedesaan yang jauh dari pusat kota serta akan memperlebar lahan dan membangun perumahan lagi.

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya Kualitas Bangunan, Harga, dan Lokasi. Keputusan pembelian merupakan perilaku yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk yang telah dipasarkan oleh perusahaan.

Penelitian terdahulu Wijayanti, H., & Srihandayani, C. M. (2015) dalam judul Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto dengan hasil penelitian bahwa Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian adalah signifikan.

Azizah, L. N. N. (2018) dalam judul Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan *Made Great Residence* Kota Lamongan dengan hasil penelitian adalah variabel Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Jadi, semakin baik harga dan lokasi yang ditawarkan maka keputusan pembelian akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Harjanto, D. (2016). dalam judul Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada *CV. Interhouse Design* dengan hasil penelitian harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Didukung penelitian Ali, M. T. R. (2017) dalam judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah dengan hasil variabel harga, kualitas produk, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan. Harga variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena dengan harga yang terjangkau memicu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menarik judul “Pengaruh Kualitas Bangunan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka telah dirumuskan suatu rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

- a. Apakah kualitas bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang?

- d. Apakah kualitas bangunan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kualitas bangunan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang.
- b. Untuk mengetahui harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang.
- c. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang.
- d. Untuk mengetahui kualitas bangunan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah di Mutiara Kunir *Residence* Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kegunaan, antara lain:

- a. Manfaat teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran terutama dalam menguji teori kualitas bangunan, harga dan lokasi pemasaran

sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

b. Manfaat praktis

1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan perbendaharaan perpustakaan yang ada di STIE Widya Gama Lumajang dan dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

2) Bagi PT Albarokah Makmur Jaya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi industri yang bersangkutan dalam pengambilan keputusan terutama yang berhubungan dengan masalah kualitas bangunan, harga, dan lokasi yang digunakan.

3) Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk penulis memperoleh gelar sarjana strata-I pada Institusi Widya Gama Lumajang, dalam mengaplikasikan dan membandingkan antar teori-teori dari bangku perkuliahan dengan realitas yang ada di lapangan. Dan untuk lebih memahami serta memperluas tentang manajemen pemasaran yang real pada pemasaran yang ada di pasar yang sebenarnya.

4) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memotivasi peneliti yang lain untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.

