

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan penduduk di Indonesia semakin meningkat, sehingga berpengaruh pada permintaan kebutuhan manusia salah satunya adalah tempat tinggal atau papan. Tempat tinggal merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi karena selain untuk berteduh juga dapat dimanfaatkan untuk investasi jangka panjang dengan cara menyewakan kepada pihak lain atau memanfaatkannya sebagai tempat usaha.

Permintaan perumahan dari tahun ke tahun di Indonesia cukup meningkat dengan pesat, menurut Menteri PUPR kebutuhan rumah di Indonesia masih tinggi. Untuk mewujudkannya tidak hanya melalui dana APBN, tetapi juga kerja sama dengan bank, pengembang, dan pemerintah daerah. Data Kementerian PUPR menunjukkan mengenai tren pencapaian Program Sejuta Rumah dari tahun ke tahun terus meningkat.

Tabel 1.1.
Data Penjualan Perumahan di Indonesia

Tahun	Jumlah Penjualan
2015	669.770 unit
2016	805.169 unit
2017	904.758 unit
2018	1.041.323 unit

Sumber : PPDP.id 2019

Di awal tahun 2015 dilaksanakan akad kredit sebanyak 669.770 unit, tahun 2016 sebanyak 805.169 unit, tahun 2017 sebanyak 904.758 unit, sampai akhir bulan November 2018 rumah yang dibangun hingga mencapai 1.041.323 unit (PPDP.id, 2019). Permintaan perumahan dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami

peningkatan. Konsumen melakukan pencarian perumahan secara online di tahun 2018 dan 2019 menunjukkan hasil yang cukup mirip sementara di tahun 2020 mengalami perbedaan signifikan yang cukup baik memasuki awal 2020, terlihat tren pencarian rumah di jual mengalami kenaikan yang cukup baik. (beritasatu.com). Hal tersebut menunjukkan keputusan pembelian konsumen untuk memiliki rumah dengan membeli perumahan merupakan salah satu solusi yang tepat.

Keputusan pembelian adalah proses dalam memilih dan menentukan sebuah pilihan dengan berbagai macam cara untuk pilihan yang menurutnya paling menguntungkan (Lestari & Ekowati, 2020). Disisi lain keputusan pembelian adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh produsen dan konsumen, dilakukannya keputusan pembelian bertujuan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, sebelum terjadinya keputusan pembelian produsen pastinya sudah menyiapkan beberapa strategi penjualan supaya konsumen membeli produknya selain itu dilakukannya suatu pembelian oleh konsumen tentu pembeli tidak asal membeli barang tersebut tanpa mencari informasi dan manfaat mengenai produk yang hendak dibelinya (Lestari & Ekowati, 2020).

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya yaitu desain produk dan harga dimana variabel keduanya saling berkesinambungan dan sangatlah penting untuk konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, pada saat konsumen menentukan pembelian tidak hanya memandang pada harga pada sebuah unit perumahan tentunya juga akan memperhatikan kondisi desain perumahan tersebut karena memiliki rumah dengan desain yang menarik akan

menambah kenyamanan saat menghuninya. Desain produk yaitu salah satu bagian terpenting dalam suatu perusahaan yang berguna untuk membantu mensejahterakan perusahaan dalam memajukan produk yang di unggulkan supaya menarik perhatian dan dapat diterima dengan baik di kalangan masyarakat (Deatami & Khasanah, 2019). Alasan dari beberapa pengalaman bahwa desain rumah itu menjadi salah satu factor juga yang menarik perhatian seorang konsumen untuk melakukan pembelian terhadap sebuah rumah. Selain desain produk sebagai salah satu faktor dalam keputusan pembelian yaitu harga.

Harga merupakan tagihan yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan suatu jasa atau produk dari suatu perusahaan demi mendapatkan apa yang diinginkan (Prasetya & Widyawati, 2016). Alasan mengambil variabel harga dikarenakan harga rumah juga menjadi salah satu faktor penentuan untuk konsumen dalam pembelian rumah apalagi dengan pembelian rumah subsidi dengan harga murah dikarenakan mendapatkan bantuan biaya dari pemerintah sekitar Rp. 4.000.000. Variabel harga dan desain produk merupakan hal utama yang dilihat konsumen untuk memutuskan pembelian sebuah rumah, karena rumah merupakan tempat tinggal jangka panjang, jadi keseluruhannya harus di pertimbangkan secara matang.

Penelitian terdahulu yang diteliti antara lain: Wangean & Mandey (2014) yang berjudul "Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil *All New Kia Rio*" Menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat berdampak signifikan ketika citra merek, kualitas produk dan harga mempengaruhi suatu produk. Zulaicha &

Irawati (2016) yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Morning Bakery* Batam” menggunakan metode penelitian teknik analisis regresi linier berganda dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh citra merek, desain produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *morning bakery* Batam.

Lestari & Ekowati (2020) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat” penelitian bersifat kuantitatif dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra merek, desain produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Prasetya & Widyawati (2016) yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima *Ener-g*”, teknik analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh produk, harga, saluran distribusi dan periklanan terhadap keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kukubima ener-g. Soewito (2013) yang berjudul “Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio” menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas produk, merek dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu di atas terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti jumlah dan variasi variabel tentunya dengan perbedaan variabel tersebut maka akan diperoleh hasil yang berbeda.

Mokayama Estate merupakan salah satu *developer* perumahan terbesar di Kabupaten Lumajang dengan desain rumah minimalis modern, yang menyediakan perumahan subsidi dan modern. Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian di Mokayama Estate dikarenakan di Mokayama Estate *developer* rumah bersubsidi terbesar di Lumajang dengan menggunakan desain minimalis modern dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat Lumajang, dengan tingkat penjualan yang naik secara signifikan setiap tahunnya. Tahun 2019 penjualan perumahan bersubsidi spesifik area Jawa Timur di Mokayama Estate yaitu sebanyak 450 unit dan pada tahun 2020 naik menjadi 550 unit. Selain itu untuk penjualan Mokayama Estate khususnya di Perumahan Mahameru Residence Lumajang telah menjual 70 unit pada tahun 2019 dan naik secara signifikan di tahun 2020 telah menjual 120 unit. Hal tersebut menunjukkan keputusan pembelian konsumen dengan harga dan desain produk yang di tawarkan Mokayama Estate sangat diminati masyarakat Lumajang.

Batasan masalah mengarah pada tujuan yang telah direncanakan, batasan masalah ini yaitu penelitian yang dilakukan berada di lingkup Manajemen Pemasaran, penelitian ini mencakup 3 variabel yakni desain produk, harga beserta keputusan pembelian. Tempat penelitian yang dilakukan berada di Perumahan Mahameru Residence milik Mokayama Estate, dengan jumlah 60 orang sampel pembeli perumahan subsidi di Mokayama Estate sebagai responden dalam penelitian ini.

Konsisten dengan latar belakang maka judul penelitian ini “Implementasi Strategi Desain Rumah Minimalis Modern dengan Harga Subsidi untuk

Meningkatkan Keputusan Pembelian Terhadap Perumahan Mahameru Residence Pada Mokayama Estate”.

1.2 Rumusan Masalah

Harga dan desain produk merupakan salah satu dari beberapa faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan, mengingat rumah merupakan suatu produk tempat tinggal untuk jangka panjang. Konsisten dengan penjelasan diatas, maka identifikasi rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Apakah desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Mahameru Mokayama Estate?
- b. Apakah harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Mahameru Residence Mokayama Estate?
- c. Apakah desain produk dan harga memiliki pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Mahameru Residence Mokayama Estate?

1.3 Tujuan Penelitian

Konsisten dengan perumusan masalah yang telah diajukan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Mahameru Residence Mokayama Estate.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan Mahameru Residence Mokayama Estate.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk dan harga secara signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Mahameru Residence Mokayama Estate.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilaksanakan untuk menambah wawasan dan konsep berpikir mengenai ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya dalam penelitian Implementasi Strategi Desain Rumah Minimalis Modern dengan Harga Subsidi untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Terhadap Perumahan Pada Mokayama Estate.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan informasi yang positif bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran perusahaan perumahan Mahameru Residence pada Mokayama Estate.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi dalam pertimbangan konsumen untuk memutuskan pembelian perumahan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat menambah masukan dan dijadikan sumber referensi untuk penelitian desain produk, harga dan keputusan pembelian.

