

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini, perusahaan tidak hanya menciptakan produk agar diminati oleh konsumen, akan tetapi perusahaan juga perlu memperhitungkan karakteristik dari konsumen. Konsumen tidak hanya sebagai orang yang melakukan pembelian dalam pemenuhan kebutuhannya, akan tetapi konsumen memiliki perilaku yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk menunjang peningkatan kualitas perusahaan. Persaingan pangsapasar dalam perusahaan terjadi sangat pesat, maka dari itu perusahaan perlu menganalisis perilaku konsumen dari berbagai aspek agar dapat memahami permintaan konsumen. Saat ini, perusahaan yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah perusahaan yang bergerak dibidang *property* dan *real estate* khususnya dibidang perumahan, dimana pembangunan tidak hanya banyak terjadi dilingkungan kota – kota besar tetapi juga kota – kota kecil.

Perumahan terdiri dari rumah – rumah dalam satu kelompok yang terdapat disatu lokasi tertentu dengan fungsi dan prasarana lingkungan yang lengkap. Perumahan menjadi satu pilihan tepat bagi masyarakat sebagai tempat tinggal, oleh sebab itu tuntutan akan dibangunnya suatu perumahan mengalami peningkatan sesuai dengan banyaknya permintaan masyarakat, seperti yang telah diketahui bahwa rumah merupakan kebutuhan penting bagi manusia karena dapat meningkatkan harkat dan martabat manusia itu sendiri serta dapat mencerminkan kepribadian diri.

Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 pasal 28 ayat (1) huruf H menyatakan bahwa rumah adalah salah satu hak dasar rakyat dan setiap Warga Negara berhak untuk bertempat tinggal dan mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat. Hal ini menyebabkan tuntutan akan lingkungan perumahan juga menentukan peningkatan permintaan rumah. Peningkatan pembangunan perumahan menyebabkan terbatasnya lahan pembangunan terutama diperkotaan. Lingkungan perkotaan memiliki penduduk yang lebih padat dibandingkan di desa, khususnya di kota – kota besar. Padatnya penduduk di kota menyebabkan permintaan akan pembangunan perumahan lebih banyak. Saat ini, banyak masyarakat kota yang bermigrasi ke desa atau kota kecil dengan alasan terlalu padatnya lingkungan perkotaan. Mayoritas masyarakat kota akan memilih untuk membeli rumah di lingkungan desa sebagai tempat tinggal sementara atau pun menetap. Hal tersebut menyebabkan meningkatnya permintaan rumah dan banyaknya pembangunan perumahan di lingkungan desa.

Masyarakat kota yang memilih untuk membeli rumah di desa atau kota yang tidak memiliki kepadatan penduduk yang banyak membuat daerah di Kabupaten Lumajang menjadi pilihan yang tepat untuk membeli rumah di perumahan yang juga banyak disediakan di Kabupaten Lumajang dan Kabupaten Lumajang merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur, Ibu kotanya adalah Lumajang. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo di utara, Kabupaten Jember di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Malang di barat. Kabupaten Lumajang memiliki 21 kecamatan dimana salah satu kecamatan yang memiliki perumahan adalah Kecamatan Kunir. Kecamatan Kunir

merupakan salah satu kecamatan yang memiliki perumahan cukup padat. Saat ini, Kecamatan Kunir melakukan banyak pembangunan perumahan karena lokasi yang cukup strategis dan infrastruktur yang sudah cukup memadai serta semakin banyaknya masyarakat yang memilih untuk membeli rumah. Pembelian rumah dapat disebabkan karena beberapa alasan, dimana alasan tersebut dapat dilihat dari segi budaya masyarakat.

Danang Sunyoto (2015:13) menyebutkan faktor budaya dalam masyarakat menjadi hal yang penting sebagai penyebab dalam keputusan pembelian. Budaya masyarakat dapat dilihat dari keragaman agama dalam masyarakat, letak geografisnya, kelompok ras masyarakatnya dan kelompok nasionalismenya sehingga dapat menjadi acuan perusahaan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian rumah. Pembelian rumah juga dapat dipengaruhi dari segi sosial masyarakat, dimana status pekerjaan, lingkungan, status sosial dalam masyarakat, status keluarga menjadi hal yang dilihat untuk menentukan keputusan masyarakat dalam membeli rumah (Kotler & Keller, 2009:170).

Perusahaan harus bisa melihat segi pribadi dari masyarakat untuk meningkatkan keputusan mereka dalam membeli seperti contoh pekerjaan, gaya hidup, situasi ekonomi, usia serta kepribadian. Pekerjaan yang berbeda, gaya hidup yang berbeda, situasi ekonomi yang berbeda, usia serta kepribadian yang berbeda juga dapat berpengaruh pada keputusan pembelian yang berbeda pula (Donni Juni Priansa, 2017:84).

Dari beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh budaya, pribadi dan sosial dalam keputusan pembelian yaitu oleh Achmad Farris Fauzi,

Zainul Hidayat dan Jesi Irwanto (2018) dalam studinya Pengaruh Faktor Sosial dan Psikologi dalam Melakukan Keputusan Pembelian Produk Mebel Alumunium pada *Homeindustry* Berkah Alumunium Lumajang menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh dalam keputusan pembelian, faktor psikologi berpengaruh dalam keputusan pembelian sedangkan terdapat pengaruh antara faktor sosial dan faktor psikologi yang simultan signifikan dalam keputusan pembelian.

Ardita Eka Paryanti (2017) dalam studinya Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian *Action Camera Gopro* (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Waduk Wonorejo Tulungagung menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh parsial signifikan terhadap keputusan pembelian, faktor sosial berpengaruh parsial signifikan terhadap keputusan pembelian, faktor pribadi berpengaruh parsial signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan secara simultan faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer (2018) dalam studinya Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya, faktor sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati (2015) dalam studinya Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Konsumen

terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Gado – Gado Boplo (Studi kasus: Restoran Gado – Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan) menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, faktor psikologi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Rizky Dwi Putra dan Sri Widaningsih (2018) dalam studinya Analisis Deskriptif Faktor – Faktor Keputusan Pembelian Kartu Simpati (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bandung 2017) menunjukkan bahwa faktor budaya, pribadi dan psikologis secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Perumahan Griya Kunir Asri merupakan perumahan yang terletak di Jl. Sastrodikoro Blok D-11 desa Kunir Lor Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Perumahan ini sudah berdiri sejak tahun 1995 yang dikelola oleh Suyono yang kemudian dikembangkan oleh PT. Bumiadji Putra Dewa. Perumahan Griya Kunir Asri terdiri dari 54 unit rumah. Pada mulanya lahan yang dijadikan perumahan adalah lahan yang ditanami tebu yang kemudian dikelola dan didirikan perumahan. Perumahan ini adalah perumahan pertama yang ada di Kecamatan Kunir dan sudah berdiri selama 23 tahun dengan perbaikan dari tahun ketahun. Perumahan telah menjadi bangunan yang indentik dengan kepadatan penduduk di daerah tersebut, oleh karena itu Kecamatan Kunir yang merupakan kecamatan yang tidak terlalu luas telah memiliki Perumahan Griya Kunir Asri yang berdiri

cukup lama menjadikan alasan yang logis dalam proses penelitian pada konsumennya.

Berkaitan dengan hal tersebut, budaya yang ada di Kecamatan Kunir tidak banyak berubah dan masih menjadi hal mayoritas dalam masyarakat. Budaya di perumahan Griya Kunir Asri adalah “guyup rukun” yang dalam bahasa Indonesia yaitu saling rukun satu sama lain. Kepercayaan yang ada di perumahan ini mayoritas sama dan tidak menjadi alasan dalam membeda – bedakan. Kepribadian dari masing – masing rumah di perumahan ini juga menjadi alasan mereka memutuskan untuk membeli rumah dan menetap di perumahan ini. Pada dasarnya kebanyakan orang mungkin tidak menyadari faktor kecil ini karena tampak samar namun faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam memutuskan perilaku pembelian di perumahan. Kepribadian yang paling mencolok adalah rasa saling mengenal dengan baik antar keluarga dan antar rumah. Pribadi yang seperti ini menunjukkan rasa sosial yang baik karena sosial juga berpengaruh pada perilaku pembelian. Sosial ini berkaitan dengan interaksi yang terjadi antar masyarakat di perumahan Griya Kunir Asri yang cukup baik dimana lingkungan sosial mereka terjalin setiap hari satu dengan yang lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial dalam Keputusan Pembelian Rumah Di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang (Studi Kasus pada Perumahan Griya Kunir Asri)”**

1.2. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas agar penyusunan penelitian ini lebih terarah dan menghindari pembahasan yang berbeda, maka perlu adanya pembatasan masalah yaitu sebagai berikut :

- a. Fokus penelitian ini khusus untuk Manajemen Pemasaran.
- b. Fokus penelitian hanya meneliti empat variabel yaitu budaya, pribadi, sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
- c. Fokus penelitian hanya dilakukan kepada konsumen perumahan Griya Kunir Asri yang ada di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu dan batasan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara faktor budaya terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara faktor pribadi terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang?
- d. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara faktor budaya, faktor pribadi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang?

1.4.Tujuan Penelitian

Suatu penelitian memiliki beberapa tujuan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara faktor budaya terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara faktor pribadi terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara faktor budaya, faktor pribadi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian rumah di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.

1.5.Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu antara lain:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai budaya, pribadi dan sosial pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi kalangan akademis untuk penelitian – penelitian berikutnya yang relevan serta diharapkan dapat

diperbaiki dan disempurnakan kelemahan – kelemahan yang muncul untuk penelitian berikutnya.

2) Perusahaan

Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi pihak perusahaan dalam wawasannya mengenai faktor budaya, faktor pribadi dan faktor sosial dalam keputusan pembelian.

3) Peneliti

Menambah wawasan dan referensi pengetahuan bagi peneliti, sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar S1 (program Strata 1 di STIE Widyagama Lumajang), serta menambah pengetahuan dibidang Manajemen Pemasaran khususnya mengenai faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial dan keputusan pembelian.

4) Peneliti berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian kepada peneliti selanjutnya mengenai faktor budaya, faktor pribadi dan faktor sosial serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.