

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dinamika pembangunan negara semakin meningkat menuju sebuah era modernisasi. Era modernisasi ditandai dengan pembangunan di sektor perekonomian yang mengalami perubahan luar biasa. Hal ini terlihat dengan semakin meningkatnya pendapatan perkapita negara, sehingga secara tidak langsung sangat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen. Peningkatan ini tidak hanya dari segi produk saja akan tetapi dari segi kuantitas produknya juga mengalami peningkatan. Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba-lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah perumahan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul serta berlangsungnya aktivitas keluarga sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung tapi juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya, seperti memiliki lokasi yang strategis dan

lingkungan yang nyaman. Dengan kata lain, rumah tidak cukup sebagai tempat berteduh namun harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak.

Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya (Sumarwan, 2003:310). Sedangkan keputusan konsumen merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2003:289). Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif mengenai proses, cara, perbuatan membeli, dengan mempertimbangkan faktor lain tentang apa yang dibeli, waktu membeli, di mana membelinya serta bagaimana cara pembayarannya. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari internal dan eksternal, faktor internal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain adalah motivasi dan persepsi, sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok referensi (Zulfikri, 2013).

Primananda (2010) dalam penelitiannya “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus Di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)” memperoleh kesimpulan bahwa variabel lokasi, dan lingkungan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sari Listyorini (2012) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana”. Didapatkan hasil bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Pilihan lokasi merupakan faktor bersaing dalam usaha menarik pelanggan. Perusahaan-perusahaan menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan

lokasi, termasuk perhitungan transportasi, penelitian yang didasarkan pada kebiasaan belanja pelanggan, metode analisis lokasi, dan sebagainya. Menurut Nuritha, dkk. (2013) lokasi usaha yang strategis akan menentukan jumlah konsumen yang berpotensi membeli produk yang dijual. Jika jumlah konsumen meningkat, maka keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat seiring dengan jumlah penjualan yang terus bertambah. Konsumen melakukan beberapa pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian terkait dengan lokasi yang diantaranya adalah dekat dengan kantor dan dekat dengan tempat-tempat umum, jika lokasi dekat dengan kantor dan tempat umum maka akan memudahkan konsumen dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.

Faktor lingkungan merupakan faktor yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya fasilitas umum dan sebagainya. (Primananda, 2010) Lingkungan yang bersih salah satunya akan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan suatu pembelian, jika lingkungan terlihat tidak bersih konsumen akan merasa tidak nyaman, sebaliknya jika lingkungan bersih dan terlihat rapi konsumen akan merasa nyaman dalam beraktivitas di lingkungan rumahnya.

Membeli rumah juga tidak terlepas dari faktor eksternal yang diantaranya adalah kelompok referensi. Kotler and Keller (2006) mengatakan bahwa kelompok referensi seseorang terdiri dari semua kelompok referensi yang memiliki pengaruh langsung atau tatap muka atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya

hidup baru dan memengaruhi perilaku serta konsep pribadi seseorang, kelompok referensi referensi menuntut orang untuk mengikuti kebiasaan kelompok referensi sehingga dapat mempengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merek aktual. kelompok referensi menjadi rujukan bagaimana seseorang harus bersikap dan bertingkah laku, termasuk dalam tingkah laku pembelian, misal kelompok referensi keagamaan, kelompok referensi kerja, kelompok referensi pertemanan, dll. Kelompok referensi pertemanan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam melakukan pembelian, seandainya seseorang dihadapkan dengan dua pilihan yaitu membeli “perumahan A” (ada teman satu organisasi yang tinggal di perumahan A), dan perumahan B (tidak ada yang dikenal), maka seseorang itu akan lebih memilih perumahan A yang dimana ada teman yang di kenalinya.

Perumahan dan pemukiman merupakan kebutuhan dasar manusia dan mempunyai fungsi strategis dalam perannya sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya dan peningkatan kualitas generasi yang akan datang serta merupakan pengejawantahan jati diri bangsa. Terwujudnya kesejahteraan masyarakat dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat ditandai dengan meningkatnya kualitas kehidupan yang layak huni. Selain berfungsi sebagai pelindung terhadap gangguan alam atau cuaca, rumah juga memiliki peran sosial budaya sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya, nilai kehidupan, penyiapan generasi muda, dan sebagai manifestasi jati diri.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perumahan. Maka tidak mengherankan jika akhir-

akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan – perusahaan yang muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya. Perkembangan bisnis perumahan semakin marakdewasaini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil.

Gresik sendiri merupakan salah satu kota yang dilirik oleh banyak pengusaha properti, sudah sangat banyak sekali perumahan-perumahan yang ada di kota Gresik ini, mulai dari yang elite sampai yang biasa saja, dan tidak hanya ada dipusat kota tetapi bisnis perumahan ini sudah merambah ke desa-desa.

Salah satu pengembang rumah yaitu BLP Property (PT. Bumi Lingga Pertiwi) adalah perusahaan *real estate* yang telah berdiri lebih dari 30 tahun. perusahaan ini telah mengembangkan beberapa kawasan perumahan seperti : Gresik Kota Baru, Pondok Permata Suci dan Permata Sidayu Residence. Pondok Permata Suci (PPS) – Gresik merupakan kawasan baru yang dikembangkan BLP Property. Perumahan Permata Pondok Suci ini merupakan bentukan dari Perumahan Gresik Kota Baru. Letaknya yang strategis dekat dengan pusat keramaian GKB, perbelanjaan dan kawasan yang asri merupakan keunggulan perumahan ini. Pondok Permata Suci (PPS) menjadi area kehidupan baru yang siap berkembang dengan menerapkan konsep 3K : Kenyamanan, Kelengkapan, dan Keamanan. PPS kini mulai menggeliat dengan lebih dari 2.500 hunian yang telah ada beserta sekitar 10.000 penghuninya dan sarana prasarana penunjangnya. PPS tidak saja menyediakan kawasan hunian yang berkualitas, tetapi juga menghadirkan kawasan komersial yang dapat digunakan untuk memulai usaha

atau mengembangkan bisnis yang sudah ada. Potensi penghuni PPS yang cukup besar menjadi potensi pelanggan yang menjadi daya tarik pelaku bisnis.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian dan ingin mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut perumahan. Sehingga berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, maka dirasakan perlu untuk membahas lebih lanjut mengenai **“Analisis Pengaruh Lokasi, Lingkungan Rumah dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perumahan Pondok Permata Suci-Gresik ( Studi Pada Penghuni Rumah Type 36 )“**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan Pondok Permata Suci –Gresik?
2. Apakah lingkungan rumah berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan Pondok Permata Suci -Gresik?
3. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian perumahan Pondok Permata Suci -Gresik?
4. Apakah lokasi, lingkungan rumah, dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Pondok permata Suci - Gresik ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan Pondok Permata Suci – Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian perumahan Pondok Permata Suci - Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian perumahan Pondok Permata Suci - Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, lingkungan dan kelompok referensi secara simultan terhadap keputusan pembelian perumahan Pondok Permata Suci - Gresik.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi tentang manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan perilaku konsumen mengenai keputusan pembelian.

2. Manfaat bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan atau evaluasi Perusahaan Bumi Lingga Pertiwi-Gresik mengenai lokasi dan lingkungan rumah, serta faktor kelompok referensi yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.