

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin majunya perkembangan zaman pada saat ini perusahaan jasa merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan. Banyak dari perusahaan jasa menawarkan layanan-layanan yang sangat menarik, selain itu di era globalisasi ini menuntut para perusahaan jasa memperbaiki dan meningkatkan fasilitas dan layanannya agar dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya demi menarik minat konsumen menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Tidak halnya perusahaan penyedia jasa dalam bisnis *property*, yang menyediakan jasanya dalam hal pembangunan baik itu pembangunan rumah, perumahan, gedung bertingkat dan lain-lain. Karena pola pikir pada masyarakat sekarang ini semakin maju membuat banyak konsumen lebih pintar dalam memilih sebuah jasa, dalam hal *property*. Harapan konsumen ketika melakukan suatu keputusan pembelian rumah, ingin memiliki rumah yang nyaman, aman, berkualitas dan memiliki nilai seni yang tinggi khususnya di perumahan.

Banyaknya perumahan-perumahan yang muncul pada saat ini membuat para *developer* menawarkan beberapa model perumahan. Salah satu tipe perumahan yang sedang berkembang dan digemari di Indonesia menurut riset yang dilakukan oleh Konsultan Properti *Panangian Simanungkalit and*

Associates (PSA) adalah perumahan tipe *Cluster*, merupakan tipe perumahan yang mengelompokkan suatu model arsitektur bangunan rumah tinggal yang sama, dengan jumlah unit terbatas dan lokasi yang relatif lebih kecil. Perumahan *cluster* juga dapat diartikan konsep perumahan tertutup yang menggunakan satu akses (*gate*) (Okterina, 2008). Untuk keluar dan masuk, penerapan satu akses ini dapat memungkinkan semua mobilitas yang terjadi di dalam *cluster* tersebut dapat dipantau selalu oleh petugas keamanan.

Melihat begitu meningkatnya pertumbuhan di pasar akan rumah *cluster*, membuat masyarakat memiliki pilihan hunian selain perumahan pada umumnya. Alasan sebagian masyarakat membeli rumah *cluster* karena unit yang dipasarkan sedikit, pastinya jumlah penghuni pada perumahan *cluster* pun tidak terlalu banyak, sehingga memiliki kenyamanan tersendiri bagi konsumen, selain itu model atau desain rumah yang minimalis di perumahan *cluster* membuat daya tarik atau penilaian tersendiri bagi konsumen

Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti, peneliti mendapatkan jumlah unit perumahan *cluster* di kota Cilacap sebanyak 145 unit. Dengan kondisi perekonomian kota Cilacap yang semakin maju membuat para *developer* dari dalam maupun luar Cilacap tertarik untuk membangun atau mengembangkan perumahan di kota Cilacap termasuk perumahan tipe *cluster*, untuk saat ini perekonomian Cilacap bertumpu pada sektor industri dan perikanan.

Semakin banyaknya kompetitor yang ada dan untuk bisa bersaing atau menjangkau konsumen dalam melakukan pembelian rumah pada perumahan

cluster, harus bisa memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap perumahan *cluster*, karena pada dasarnya setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda dari sekedar melihat-lihat, bertanya, bahkan terkadang kritis dalam menilai sebuah rumah pada perumahan *cluster*, untuk membuat konsumen tertarik terhadap promosi yang kita lakukan tidak mudah, perlu pendekatan-pendekatan dan strategi-strategi yang diciptakan oleh para developer perumahan *cluster*, penting bagi developer menyusun strategi apa saja yang akan dilakukan, fasilitas yang seperti apa yang harus di tawarkan agar menarik minat konsumen, aspek-aspek apa saja yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Primananda (2010) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah di perumahan Bukit Semarang Baru menyimpulkan variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Rahma (2010) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan perumahan tipe *cluster* di perumahan Taman Sari Majapahit Semarang menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, fasilitas, lokasi, lingkungan, pendapatan, dan harga substitusi memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan perumahan. Ediati (2014) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian perumahan di Surakarta menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi,

bangunan dan lingkungan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembeli tipe 45 dan tipe 90. Namun penelitian widodo (2012) menyatakan ada variabel penelitian yang tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu variabel fasilitas.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Ediati (2014) menggunakan variabel harga, lokasi, bangunan, dan lingkungan. Objek penelitian yang digunakan adalah perumahan di Surakarta. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dengan mengganti variabel bangunan dengan fasilitas, karena fasilitas disini meliputi fasilitas umum dan fasilitas sosial, diantaranya berupa prasarana dasar seperti jalan, listrik, telepon, dan air, sedangkan fasilitas sosial misalnya akses menuju rumah sakit, pendidikan, perumahan, dan peribadatan lebih dekat. Keberadaan fasilitas tersebut membangun serta menarik minat konsumen yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah *Cluster* di kawasan tersebut, serta mengganti objek penelitian dengan perumahan *cluster* di kota Cilacap. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran kepada calon pembeli rumah mengenai hal-hal yang perlu dipertimbangkan dan pengaruhi keputusan pembelian rumah di perumahan *cluster*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga, fasilitas, lokasi dan lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Cluster di Kota Cilacap ?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap ?
3. Apakah fasilitas mempunyai pengaruh Positif terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap ?
4. Apakah lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap ?
5. Apakah lingkungan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap ?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti lebih terinci dan fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari harga, fasilitas, lokasi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan *cluster* di kota Cilacap.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas, lokasi dan lingkungan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap.
5. Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan terhadap keputusan pembelian konsumen Perumahan *Cluster* di Kota Cilacap.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Dapat menambah pengetahuan baik teori maupun praktek di bidang ilmu manajemen khususnya pemasaran. Serta dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

2. Bagi pembaca

Bagi pembaca diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi atau gambaran tentang keputusan konsumen dalam membeli perumahan *cluster*.

3. Bagi pengembang/*developer*

Bagi penjual di harapkan penelitian ini dapat memberi masukan hal-hal apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga penjual dapat menarik minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada perumahan *cluster*.

4. Bagi konsumen

Bagi konsumen diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran terhadap konsumen mengenai perumahan *cluster* sebelum melakukan pembelian.

