BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi. Hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan perumahan di dunia bisnis property dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Jenis penawaran property via kerja sama bank konvensional dan syariah ialah Bank konvensional menyalurkan dana dengan perhitungan suku bunga yang dapat berubah sewaktu-waktu dan dapat berubah secara sepihak oleh pihak perbankan, dalam metode perhitungan suku bunga kredit dikenal tiga perhitungan yaitu sliding rate, flat rate, floating rate. Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Biasanya para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Persaingan yang semakin ketat dilingkungan bisnis menuntut setiap pelaku bisnis untuk berfikir cerdas dalam mengambil setiap tindakan termasuk dalam hal perumusan strategi yang tepat agar mampu menarik konsumen dengan produk yang ditawarkan sehingga dapat terus bertahan ditengah persaingan.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut perilaku konsumen dipengaruhi oleh status social, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, pribadi, dan psikologi. Apabila kita mengamati kebiasaan konsumen sebelum pembelian rumah, biasanya konsumen terlebih dahulu membandingkan antara rumah yang satu dengan lainnya agar kebutuhan dan keinginannya terpuaskan dan kemudian konsumen melakukan

keputusan pembelian. Pada tahun 2022, diperkirakan industri properti di Indonesia akan mengalami peningkatan yang stabil setelah mengalami penurunan selama beberapa tahun terakhir. Hal ini didukung oleh beberapa faktor seperti perbaikan kondisi ekonomi nasional, kebijakan pemerintah yang lebih mendukung sektor properti, dan peningkatan permintaan rumah dari masyarakat.

Beberapa tren yang dapat mempengaruhi perkembangan industri properti di Indonesia di tahun 2022 adalah pertama, peningkatan permintaan hunian yang terjangkau Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi penurunan permintaan properti akibat harga yang terlalu tinggi. Oleh karena itu, pada tahun 2022, diharapkan terjadi peningkatan permintaan properti yang lebih terjangkau, kedua, pertumbuhan bisnis properti berbasis digital Penggunaan teknologi dalam industri properti semakin berkembang dan mempermudah transaksi dan pemasaran properti. Tren ini diperkirakan akan terus berkembang pada tahun 2022, ketiga, peningkatan investasi asing Pemerintah Indonesia berusaha untuk menarik investasi asing ke sektor properti untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Diharapkan pada tahun 2022 akan terjadi peningkatan investasi asing di sektor properti Indonesia, keempat, peningkatan pembangunan infrastruktur Pembangunan infrastruktur seperti jalan tol dan bandara baru dapat mempengaruhi permintaan properti di daerah yang terhubung dengan infrastruktur tersebut. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur yang lebih baik dapat meningkatkan permintaan properti pada tahun 2022 (Rumah.com, 2023).

Tren Data Pertumbuhan Industri Real Estate (Properti), 2011 - 2022

Deskripsi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
PDB Industri Real Estate (Miliar rupiah) Pertumbuhan Industri Real Estate (Properti) Tahunan	Untuk mendapatkan data & grafik ini, silahkan melakukan pemesanan via www.dataindustri.com atau whatsapp ke 0811-924-397												

Sumber: DataIndustri Research , diolah dari -akan diinformasikan setelah pemesanan -
PDB (Produk Domestik Bruto) Atas Dasar Harga Konstan 2010

DATA INDUSTRI RESEARCH

Gambar 1. Tren Pertumbuhan Industri Properti di Indonesia 2011-2022

Sumber : https://www.dataindustri.com

Pada kuartal 4 2022, kinerja sektor industri properti (real estate) per kuartal (q on q) mengalami pertumbuhan sebesar 0,32 persen. Sedangkan kinerja tahunan (year on year) sektor industri properti (real estate) sampai kuartal 4 2022, juga tumbuh positif. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun tahun sebelumnya yang juga positif.

Permintaan hunian rumah di Kota Bekasi cenderung terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi dan kebutuhan akan tempat tinggal yang semakin meningkat. Kota Bekasi merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan penduduk yang cukup pesat di Indonesia dan terletak di dekat kota-kota besar seperti Jakarta dan Depok, sehingga menjadi pilihan bagi banyak orang untuk mencari hunian yang lebih terjangkau.

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan hunian rumah di Kota Bekasi adalah pertama, kebutuhan akan hunian yang lebih terjangkau Banyak orang yang mencari hunian di Kota Bekasi karena harga properti yang lebih terjangkau dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya di sekitarnya seperti Jakarta dan Depok, kedua, pertumbuhan populasi yang cepat Pertumbuhan penduduk yang cepat di Kota Bekasi membuat permintaan hunian semakin meningkat. Hal ini juga terjadi karena banyak perusahaan besar yang berlokasi di Bekasi sehingga menarik banyak pekerja dari luar kota, ketiga, infrastruktur yang semakin baik Peningkatan infrastruktur seperti pembangunan jalan tol dan stasiun kereta api baru membuat akses ke Kota Bekasi semakin mudah. Hal ini membuat Kota Bekasi semakin menarik bagi orang-orang yang ingin memiliki hunian di dekat Jakarta, keempat, pertumbuhan ekonomi yang pesat Pertumbuhan ekonomi yang pesat di Kota Bekasi membuat banyak perusahaan yang membangun kantor di kota ini sehingga meningkatkan permintaan hunian di sekitar lokasi tersebut, kelima, Lingkungan yang lebih sehat dan asri Kota Bekasi memiliki udara yang lebih sehat dan asri

dibandingkan dengan Jakarta sehingga banyak orang yang mencari hunian di kota ini untuk mendapatkan lingkungan yang lebih sehat dan nyaman.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu produk atau jasa untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa tersebut (Razak, 2016:9). harga menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian properti seperti rumah. Harga yang terjangkau menjadi salah satu alasan utama mengapa seseorang memilih membeli rumah, sementara harga yang terlalu mahal dapat membuat calon pembeli beralih ke opsi lain atau menunda pembelian.

Sebuah studi pada tahun 2019 yang dilakukan oleh Rumah.com, sebuah situs properti online di Indonesia, menunjukkan bahwa harga masih menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian rumah. Dalam survei tersebut, 81% responden menyatakan bahwa harga properti sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli rumah.

Kotler and Keller (2016:33) menyatakan bahwa harga merupakan hal yang diperhatikan dalam melakukan pembelian, oleh karena itu konsumen biasanya melakukan perbandingan antara harga dan nilai produk yang akan di beli apakah sudah sesuai dengan manfaat yang akan diterima atau tidak.

Ketersediaan fasilitas pada setiap perumahan kini menjadi peranan penting dalam menarik minat beli konsumen. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, maka akan semakin puas konsumen dan ia akan melakuan pembelian. Dengan fasilitas yang dirasa mewadahi konsumen akan merasa terlayani dengan baik. Meski dengan begitu sikap ramah dalam pelayanan tetaplahpenting.

Fasilitas juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Fasilitas yang tersedia dalam suatu perumahan atau hunian seperti taman, kolam renang, pusat kebugaran, atau fasilitas keamanan, dapat mempengaruhi keputusan pembeli dalam memilih rumah yang akan dibeli. Sebuah survei yang dilakukan oleh Rumah.com pada tahun 2019 menunjukkan bahwa 64% responden

menganggap fasilitas adalah faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Fasilitas yang paling diinginkan oleh pembeli adalah taman (61%), diikuti dengan kolam renang (42%), fasilitas olahraga (32%), dan keamanan (27%).

Penentuan lokasi sangat berguna bagi kelangsungan berbisnis, dimana lokasi dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Dengan lokasi yang mendukung dan mudah di jangkau akan lebih digemari oleh konsumen karena dengan begitu mereka mudah menemukan.

Menurut Lopiyoadi (2015:41) mengemukakan bahwa lokasi adalahkeputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan. Penempatan lokasi yang pas akan menjadikan jaminan dalam kemajuan sebuah usaha yang dijalankan. Berbagai strategi dilakukan masing-masing perusahaan, tak terkecuali dengan perang harga, terlebih usaha sejenis.

Menurut Kotler dan Keller (2016:79) bahwa seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli rumah tidak secara langsung dapat dilakukan, namun harus melalui beberapa proses yang disebut dengan *buyer decision process*, yaitu suatu proses yang harus dilakukan oleh seseorang sebelum memutuskan untuk membeli rumah. Proses tersebut dimulai dari kebutuhan mengenal produk yang dijual, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku setelah proses pembelian. Semua proses tersebut akan berujung pada keputusan pembelian, apabila produk yang ditawarkan oleh pihak pengembang perumahan dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen. Keputusan pembelian adalah keputusan yang menyebabkan seorang konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Jadi keputusan membeli merupakan salah satu rangkaian atau proses dari perilaku konsumen dalam melaksanakan pembelian dengan pertimbangan yang rasional.

Lokasi menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian properti seperti rumah. Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi harga properti dan menjadi pertimbangan penting dalam memilih rumah yang akan dibeli. Sebuah survei pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Lamudi, situs properti online di

Indonesia, menunjukkan bahwa 75% responden menyatakan bahwa lokasi sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli rumah. Survei ini juga menunjukkan bahwa pembeli cenderung memilih rumah yang dekat dengan pusat kota (69%), dekat dengan transportasi publik (48%), dan dekat dengan pusat perbelanjaan (33%).

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang masalah diatas dan pertimbangan penelitian tertarik untuk mengetahui lebih lanjut lagi tentang "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Properti Terra Saluna Kota Bekasi"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, Adapun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Harga rumah yang cukup terjangkau belum menunjukan konsumen cepat dalam membeli rumah
2. Lokasi yang strategis belum memberikan dampak terhadap penjualan rumah
3. Fasilitas yang ada masih terbatas dan belum secara optimal menjadi daya Tarik bagi konsumen yang akan memberli rumah

1.3 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini yaitu terdiri dari variabel lokasi, harga dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada perumahan Terra Saluna.

1.4 Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah, maka peneliti merinci pertanyaan penelitian yang timbul berdasarkan permasalahan pokok yang ada dan diungkap dalam bentuk pertanyaan.

1. Apakah harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan

pembelian properti rumah Terra Saluna ?

2. Apakah fasilitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian properti rumah di Terra Saluna ?
3. Apakah lokasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian properti rumah di Terra Saluna ?
4. Apakah harga, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusanpembelian properti rumah di Terra Saluna?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di Terra Saluna.
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di Terra Saluna.
3. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpegnaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di Terra Saluna.
4. Pengaruh harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusanpembelian properti rumah di Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian properti rumah di Terra Saluna.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

   Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan bekal ilmu pengetahuan serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang dapat dibangku perkuliahan sehingga dapat membandingkan yang didapat dalam bidang manajemen pemasaran dengan prakteknya dilapangan.

2. Bagi perusahaan

Dapat dijadikan acuan bagi perusahaan pengembangan dalam menentukan fasilitas perumahan dan lokasi perumahan yang akan dibangun.

3. Bagi Masyarakat

   Sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan terutama dalam melakukan jual-beli property perumahan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang bebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.