

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) terbaru, jumlah penduduk di Kabupaten Jombang mencapai sebanyak 1.325.914 jiwa.² Sehingga dengan jumlah penduduk dan proyeksi jumlah penduduk di kabupaten jombang dalam beberapa tahun kedepan tentu juga akan berdampak dalam meningkatnya minat seseorang akan kebutuhan rumah atau property. Sektor properti merupakan salah satu bentuk usaha yang diminati Investor.

Seiring kemajuan teknologi, perkembangan ekonomi, dan pertumbuhan penduduk, maka kebutuhan rumah tentunya pasti akan meningkat setiap tahunnya. Rumah sebagai tempat berlindung dari segala cuaca serta tempat berkumpulnya keluarga. Ada juga yang menjadikan rumah sebagai sarana Investasi. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap kepemilikan rumah menyebabkan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan produk yang mereka hasilkan.³

Namun, tidak semua masyarakat bisa dengan mudah membangun rumah. Diperlukan berbagai hal, sehingga rumah bisa didirikan dan ditempati, maka tidak mengherankan jika

² <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>, diakses tanggal 01 September 2023 Pukul 19:00

³ Lestari dan hasibuan, Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Mulia Garden (Studi Kasus Perumahan Subsidi Mulia Garden Desa Naga Rejo, Jurnal Mutiara Manajemen, Volume 6 Nomor 1 2021

akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dan perkembangan bisnis ini sudah tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil.⁴

Faktor pendorong paling utama adalah semakin maraknya peningkatan persaingan usaha yang dikenal dengan istilah *new economy*. Industri yang sedang berkembang di pinggiran kota yang memanfaatkan lahan hijau adalah industri perumahan, dimana terdapat berbagai macam perumahan dengan merek, harga, lokasi, kualitas, dan fasilitas yang berbeda-beda tergantung pada strategi periklanan dari masing-masing pemasar. Hal ini dilakukan pemasar dengan tujuan untuk menarik minat dan kestabilan konsumen dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian.

Seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli 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 sesuatu terutama properti. Dalam keputusan pembelian tentunya harga sangat mempengaruhinya. Harga adalah salah satu hal yang penting dan perlu untuk diperhatikan oleh perusahaan, karena harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan mampu mempengaruhi tingkat permintaan konsumen. Dalam hal ini peran manajemen dalam perusahaan

⁴ Azizah, Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Made Great Residence Kota Lamongan, Volume III No. 1, Februari 2018

sangat penting dan harus tepat dalam menentukan harga. Selain itu harga yang ditentukan juga harus dipertimbangkan dengan kualitas yang diberikan dan harga yang ditawarkan pesaing.⁵

Harga perumahan menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian. Harga yang terjangkau relatif terhadap kualitas dan fasilitas yang ditawarkan akan mendorong minat pembeli. Di sisi lain, harga yang terlalu tinggi dapat menjadi hambatan, bahkan jika lokasi dan fasilitasnya baik. Pertumbuhan ekonomi, tingkat suku bunga, dan situasi pasar properti lokal dapat memengaruhi persepsi pembeli terhadap harga yang wajar.

Memasarkan suatu proyek properti, tentunya dasar utama bagi sebuah pengembang adalah memilih lokasi pengembangan proyek mereka. Penentuan lokasi sangat berguna bagi kelangsungan berbisnis, dimana lokasi dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.⁶ Dengan lokasi yang mendukung dan mudah dijangkau akan lebih digemari oleh konsumen karena dengan begitu mereka mudah menemukan. Lokasi yang strategis merupakan lokasi yang diinginkan oleh kebanyakan konsumen, semakin strategis lokasi sebuah perumahan akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen.

⁵ Sembiring dan sunargo, Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam, Jurnal Paradigma Ekonomika Vol.17. No.1, 2022

⁶ Sanggetang *et all*, Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado, Jurnal EMBA, Vol.7 No.1 Januari 2019

Ketersediaan fasilitas pada setiap tempat usaha kini menjadi peranan penting dalam menarik minat beli konsumen. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, maka akan semakin puas konsumen dan ia akan melakukan pembelian secara berulang. Dengan fasilitas yang dirasa memadai konsumen akan merasa terlayani dengan baik. Meski dengan begitu sikap ramah dalam pelayanan tetaplah penting.⁷ Fasilitas perumahan, seperti taman bermain, kolam renang, pusat kebugaran, dan keamanan, juga memengaruhi keputusan pembelian. Fasilitas yang lengkap dan berkualitas meningkatkan nilai jual perumahan dan menciptakan lingkungan yang nyaman bagi penghuninya. Adanya fasilitas tersebut dapat menjadi pembeda antara berbagai pilihan perumahan di pasar. Fasilitas yang baik dapat menimbulkan suatu tingkat keputusan yang tinggi dalam diri konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian pastinya konsumen akan memilih produk yang lebih memiliki kualitas yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan terlebih lagi untuk tempat tinggal yang akan di gunakan dalam jangka waktu yang lama. Selain faktor harga dan fasilitas, kualitas bangunan dapat menjadi faktor yang turut dipertimbangkan konsumen. Bangunan adalah wujud fisik hasil pekerjaan konstruksi yang menyatu dengan tempat kedudukan baik yang ada di bawah dan di atas

⁷ Aprileny *et all*, Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL), jurnal ekonomika, Vol 4 No. 3 November 2021

tanah atau air. Sedangkan kualitas bangunan merupakan ciri dan karakteristik suatu bangunan atau hasil konstruksi yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas bangunan dapat dinilai dari tingkat keandalannya, keawetan, kemudahan perawatan dan kenyamanan. Bangunan yang berkualitas tentu saja memiliki nilai tambah di mata konsumen, sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli rumah tersebut.⁸

Perkembangan bisnis Properti terus berkembang dari tahun ke tahun, tidak terkecuali di kabupaten jombang. Sektor Properti mempunyai prospek yang cukup cerah ke depannya. Salah satu perusahaan property yang ada di kabupaten jombang adalah PT. Sami Karya. PT Sami Karya adalah perusahaan *property* yang bergerak di bidang pembangunan perumahan, gedung komersial dan pembangunan kota. PT. Sami Karya menyediakan perumahan berbasis subsidi yang bekerjasama dengan pemerintahan kabupaten jombang guna pemerataan pembangunan. Didirikan pada tanggal 01 Agustus 2005, PT Sami karya telah membangun lebih dari 10.000 rumah di beberapa kota di Jawa Timur. Dalam mengembangkan bisnisnya PT Sami Karya membangun perumahan di daerah perkampungan tepatnya di desa bandung kecamatan diwek dengan lokasi yang sangat strategis yaitu perumahan Bandung Raya.

⁸ Elina monica, Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso, *International Journal of Social Science and Business*. Volume 2, Number 3, Tahun 2018

Segmen dari konsumen perumahan bandung raya sebagian masyarakat lokal, meskipun di wilayah tersebut terdapat banyak perumahan baru yang dipasarkan. Umumnya konsumen lebih memilih tempat tinggal dengan berbagai kemudahan salah satunya aksesibilitas yang strategis dan kriteria tersebut dimiliki oleh perumahan bandung raya. Para penghuni perumahan Bandung Raya Jombang hanya membutuhkan perjalanan 8 menit untuk mendapatkan perawatan medis menuju Rumah Sakit Nahdlatul Ulama (RSNU) Jombang. Kemudian hanya akan membutuhkan waktu tempuh pendek ke fasilitas penunjang pendidikan disekitarnya, seperti 8 menit menuju Ponpes Tebuireng. Penghuni juga akan dimanjakan dengan fasilitas penunjang kebutuhan rumah tangga dengan waktu tempuh pendek, seperti 8 menit menuju Pasar Cukir. Perumahan ini juga memiliki akses mudah dari berbagai fasilitas umum penunjang hiburan keluarga, seperti 10 menit ke Argowisata Sumber Celeng dan 20 menit ke Wisata Rumah Teletubbies dan juga butuh waktu 10 menit untuk sampai di pusat kota jombang.

Para pengembang perumahan tidak hanya dituntut untuk memproduksi saja, akan tetapi perlu berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi tingkah laku konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan. Dalam menciptakan dan memasarkan produk PT. Sami Karya Masih perlu memerhatikan faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan masyarakat atau konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui **“Pengaruh Keterjangkauan Harga, Fasilitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan PT. Sami Karya Bandung Raya Jombang”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah keterjangkauan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan rumah pada perumahan PT. sami karya bandung raya ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan PT sami karya bandung raya ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan PT sami karya bandung raya?
4. Apakah keterjangkauan harga, fasilitas dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada perumahan di PT sami karya bandung raya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh secara signifikan keterjangkauan harga terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan PT. Sami Karya Bandung Raya Jombang.
2. Untuk menguji pengaruh secara signifikan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan PT. Sami Karya Bandung Raya Jombang.

3. Untuk menguji pengaruh secara signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perumahan di PT. Sami Karya Bandung Raya Jombang.
4. Untuk menguji variabel manakah yang berpengaruh secara simultan dari keterjangkauan harga, fasilitas dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan PT. Sami Karya Bandung Raya

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat atau kegunaan yaitu antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta dapat menjadi literatur sebagai alat pengembangan ilmu pengetahuan mengenai minat beli pada calon konsumen, bagi para pembaca, serta dapat menjadi bahan referensi kepustakaan untuk penelitian selanjutnya terutama menyangkut variabel harga, fasilitas dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perumahan.

b. Manfaat praktis

a) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta manfaat untuk para peneliti selanjutnya yang akan melakukan kegiatan penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi tambahan serta sebagai bahan perbandingan mengenai produk pembelian perumahan.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilustrasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian perumahan, sehingga bisa memberikan masukan terhadap perusahaan guna mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut. Dengan hal ini perusahaan dapat memiliki daya saing yang tinggi sehingga dapat memenangkan persaingan pasar dengan menciptakan kualitas produk yang baik yang dapat menarik minat konsumen.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.

1. Ruang lingkup Penelitian

Berikut yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu terdapat 2 variabel, antara lain:

- a. Variabel Bebas, merupakan variabel yang menjadi sebab-sebab munculnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel bebas yaitu variabel keterjangkauan harga, fasilitas dan kualitas produk.
- b. Variabel Terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu variabel keputusan pembelian.

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup yaitu sebagai berikut :

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli rumah di perumahan Bandung Raya adalah keterjangkauan harga, fasilitas dan kualitas produk.
- b. Fokus dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen dalam pembelian rumah di perumahan Bandung Raya.
- c. Objek yang diteliti adalah konsumen yang telah membeli rumah di perumahan Bandung Raya.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Keterjangkauan Harga

Keterjangkaun Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad.⁹

b. Fasilitas

Menurut hery purnomo dkk menjelaskan bahwa fasilitas adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing lainnya.¹⁰

c. Kualitas produk

⁹ Meithinia indrasari, pemasaran dan kepuasan pelanggan, (Surabaya: unitomo press) hal. 38

¹⁰ Purnomo, sardanto dan muslih. Signifikansi predictor kepuasan jasa hotel. (nganjuk: Adjie Media Nisantara, 2020) hal. 37

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya termasuk daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, dan juga atribut yang memiliki nilai yang berbeda.¹¹

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.¹²

2. Definisi operasional

Definisi operasional digunakan untuk mengukur atau pengamatan terhadap variabel yang bersangkutan sebagai instrument (alat ukur). Adapun definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut :

1) Keterjangkauan Harga (X_1)

Sejumlah nilai yang ditawarkan oleh PT. Sami Karya Pada perumahan Bandung Raya kepada calon pembeli berdasarkan type perumahan Bandung Raya sebagai salah satu strategi pemasaran yang bertujuan agar dapat mencapai target penjualan tertentu.

2) Fasilitas (X_2)

¹¹ Rosnaini daga. Citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. (2017: Global-RCI, Makasar) hal. 37

¹² Meithinia indrasari, pemasaran dan kepuasan pelanggan, (Surabaya: unitomo press) hal. 70

Sarana yang disediakan bagi masyarakat umum yang tinggal di kawasan perumahan Bandung Raya dapat digunakan dan juga dapat memudahkan aktifitas masyarakat yang tinggal di kawasan perumahan dalam jangka panjang.

3) Kualitas produk (X_3)

Kualitas produk atau juga bisa disamakan dengan kualitas bangunan yang ditawarkan oleh perusahaan mengenai model atau desain yang menjadi daya tarik bangunan untuk konsumen.

4) Keputusan Pembelian

Suatu tindakan yang di lakukan oleh konsumen untuk mengevaluasi dan mencapai apa yang memungkinkan mereka membeli rumah di kawasan perumahan Bandung Raya sebelum mereka benar-benar akan membeli.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan alat bantu yang digunakan untuk memudahkan pembaca dalam mengetahui urutan-urutan sistematis tentang isi dari suatu penelitian. Sistematika penulisan ini terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir, lebih rinci dapat diuraikan sebagai berikut :

Bagian awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama, merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab.

BAB 1 Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, keterbatasan penelitian penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, berisi tentang kajian teori yang mendukung penelitian, berisi mengenai teori yang membantu keterjangkauan harga, fasilitas, kualitas produk dan keputusan pembelian. Kemudian terdapat penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka konseptual.

BAB III Metode Penelitian, berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan sampling, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, berisi mengenai deskripsi lokasi penelitian, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil pengujian dan analisis data.

BAB V Pembahasan Hasil Penelitian, berisi mengenai pengaruh keterjangkauan harga, fasilitas, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan subsidi bandung raya.

BAB VI Penutup, berisi mengenai hasil akhir atau kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan penulis.

Bagian akhir, memuat mengenai daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.

