

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Ada tiga kebutuhan pokok bagi manusia atau masyarakat yaitu kebutuhan akan sandang, pangan dan papan (perumahan). Untuk memenuhi ketiga kebutuhan tersebut manusia membutuhkan perjuangan, terutama untuk memenuhi kebutuhan akan papan (perumahan). Rumah merupakan kebutuhan dasar bagi manusia yang berguna untuk meningkatkan harkat, martabat, mutu kehidupan dan penghidupan di Indonesia. Kebutuhan masyarakat akan perumahan sangat tinggi, terutama di kota besar seperti Yogyakarta. Konsep perumahan tidak hanya kebutuhan fisik saja, tetapi rumah yang layak huni dalam pemukiman yang sehat dan teratur, memiliki sarana yang diperlukan masyarakat seperti, jalan, sekolah, tempat bermain/taman, air bersih, tempat peribadatan dan sebagainya.

Dalam GBHN telah ditetapkan mengenai konsep perumahan dan pemukiman diarahkan untuk meningkatkan kualitas kehidupan keluarga dan masyarakat serta menciptakan suasana kerukunan hidup keluarga dan kesetiakawanan social masyarakat. Kepres membuktikan betapa seriusnya pemerintah dalam memperhatikan perumahan. Dalam hal pembangunan, pemerintah menyerahkan pada REI perumnas dan koperasi, dan masalah pembiayaan diserahkan kepada perbankan baik swasta maupun pemerintah. (Didin Estikudja)

Saat ini semakin banyak masyarakat membutuhkan perumahan (property) sehingga mengakibatkan tajamnya persaingan bisnis perumahan (property). Perumahan yang dibutuhkan masyarakat bermacam-macam seperti, rumah toko (ruko), rumah kantor (rukan), perumahan eksekutif, perumnas, perumahan bermuansa klasik dan sebagainya. Karena persaingan ini pihak perusahaan atau developer harus pandai mengatur dan mengubah strategi pemasarannya kearah yang lebih berorientasi pada kebutuhan konsumen.

Konsumen sebagai sasaran pemasaran produk perusahaan, senantiasa menentukan sendiri apa yang ingin dibeli dan dikonsumsinya. Dalam hal ini definisi perilaku konsumen menurut Swastha dan Handoko (1997) adalah bahwa :

Perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Dari konsumenlah akan timbul sumber kegiatan pemasaran yaitu : pada saat terjadi proses pembelian dan proses setelah pembelian tersebut. Para konsumen membuat keputusan mereka tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitar. Perilaku membeli mereka sangat dipengaruhi oleh factor-faktor kebudayaan, social, pribadi dan psikologi.

Keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua factor yang muncul antara niat membeli dan keputusan membeli.

.....

seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Permintaan adalah keinginan akan sesuatu produk yang didukung dengan kemampuan serta ketersediaan membelinya. Tingginya permintaan konsumen tidak hanya disebabkan oleh factor kebutuhan semata akan tetapi juga banyak dipengaruhi oleh factor lainnya seperti : tingkat pendapatan, atribut produk, harga, merek, cara pembayaran, resale value, kelompok referensidan lokasi, (didin fatihudin, 2004). Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas dan bertitik tolak dari pentingnya perumahan bagi masyarakat maka penulis tertarik untuk meneliti pengambilan keputusan pembelian perumahan, yang diberi judul :

“FAKTOR YANG MEMPENGARUHIKEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PERUMAHAN (*PROPERTY*) DI PT KARYA SEHATI UTAMA”.

Adapun alasan dipilihnya perumahan di PT. Karya Sehati dalam penelitian ini karena PT. Karya Sehati Utama tidak hanya sebagai developer tetapi juga sebagai kontraktor yang sejak berdirinya dari 3 tahun yang lalu sudah memiliki 5 lokasi perumahan dengan berbagai type perumahan. Dan dari lima lokasi perumahan tersebut hampir semua telah terjual. Oleh karena itu sangat menarik sekali

B. BATASAN MASALAH

Untuk mempermudah jalannya penelitian dan agar penelitian tidak menyimpang dari permasalahan, maka penulis membatasi masalah pada :

1. Variabel yang diteliti adalah :
 - a. Faktor Eksternal : Keluarga dan Kelompok Referensi
 - b. Faktor Internal : Pendapatan (Pribadi) dan Motivasi (Psikologi)
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli perumahan Di PT Karya Sehati Utama.

C. RUMUSAN MASALAH

Dalam penelitian ini yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Apakah factor Eksternal yang terdiri dari keluarga dan kelompok referensi, faktor Internal (tingkat pendapatan), factor psikologi (motivasi) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam dalam membeli perumahan pada PT Karya Sehati Utama ditinjau dari pendekatan komprehensif maupun parsial ?
2. Variable manakah antara keluarga, kelompok referensi, tingkat pendapatan, dan motivasi, yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli perumahan pada PT Karya Sehati Utama.?
3. Apakah terdapat perbedaan keputusan konsumen untuk membeli perumahan

1. Apakah terdapat perbedaan keputusan konsumen untuk membeli perumahan

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis apakah faktor keluarga, kelompok referensi, tingkat pendapatan, dan motivasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli perumahan pada PT Karya Sehati Utama ditinjau dari pendekatan komprehensif maupun parsial.
2. Menganalisis factor manakah diantara factor-faktor tersebut diatas yang mempunyai pengaruh dominant terhadap keputusan konsumen dalam membeli perumahan pada PT Karya Sehati Utama.
3. Menganalisis apakah terdapat perbedaan keputusan konsumen dalam membeli perumahan pada PT Karya Sehati Utama antara konsumen pegawai negeri dengan non pegawai.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi PT Karya Sehati Utama (pengembang/developer) sebagai sumbangan pemikiran dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan daya beli konsumen dimasa mendatang.
2. Bagi pihak lain, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan tulisan ilmiah bagi pihak lain yang mendalami