

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era zaman sekarang dimana penambahan populasi di Indonesia semakin meningkat, sampai jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai sekitar 272 juta jiwa tahun 2021. Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang terus mengalami peningkatan ditambahnya banyak pendatang yang tidak pernah surut menyebabkan kebutuhan akan mempunyai rumah menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia yang dirasakan sangat mendesak. Fenomena ini menjadi salah satu peluang bisnis yang sangat menarik bagi para agent properti yang menawarkan produk rumah sebagai produk andalan bagi mereka. Rumah adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Begitu pula dengan kebutuhan manusia yang ingin mempunyai rumah, setiap orang akan berusaha hanya ingin mempunyai rumah sesuai dengan selera dan kebutuhan yang ada. Tapi untuk saat ini mempunyai rumah bukan lagi menjadi tempat berlindung dan berkumpul dengan keluarga, namun saat ini keinginan mempunyai rumah menjadi alternatif untuk investasi dimana para konsumen membeli rumah dengan harapan harganya akan selalu naik seiring berjalannya waktu, sehingga akan menghasilkan keuntungan secara *financial* ketika dijual lagi. Untuk itu banyaknya para konsumen yang tertarik ingin membeli rumah hanya untuk sekedar investasi.

Daerah Harapan Indah Bekasi adalah kota yang dikategorikan daerah yang paling banyak disinggahi atau didatangi oleh masyarakat dari berbagai daerah dengan tujuan yang berbeda. Keadaan ini tentu saja akan berpengaruh terhadap kebutuhan akan mempunyai rumah sebagai tempat tinggal maupun investasi. Apalagi Kota Harapan Indah Bekasi salah satu kota strategis yang membuat para konsumen tertarik membeli rumah pada daerah tersebut. Banyaknya tempat makan dimana-mana, tempat pembelanjaan, rumah ibadah, sekolah bagi anak dan tempat rekreasi yang membuatnya menjadi salah satu kota yang paling diminati untuk para konsumen yang mencari rumah. Hal ini membuat peluang bagi para agent properti

memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian rumah dengan menawarkan produk perumahan didalam cluster, dengan lokasi yang strategis dan harga yang *affordable* untuk para konsumen. Di Harapan Indah sudah banyak masyarakat yang sudah mengenal Agent Century 21 Metro Group, salah satu agent properti yang menjual-belikan rumah.

Agent Century 21 Metro Group adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang agent properti. Century 21 Metro Group bertempat di Rukan Mega Boulevard RV 2 No. 6 C Kota Harapan Indah, Bekasi. Century 21 Metro Group merupakan kantor agent franchise dari Century 21 Indonesia yang berdiri sejak tahun 2011 dan memiliki 5 cabang kantor yang terdiri dari : Century 21 Metro 1, Century 21 Metro 2 JGC, Century 21 Metro 3 Metland Menteng, Century 21 Metro 5 Symphoni dan Century 21 Metro 6 PIK. Century 21 Metro Group mengusung visi menjadi agent property yang terdepan dan terpercaya, serta menjadi pilihan utama dalam setiap transaksi properti. Century 21 Metro Group selalu mengedepankan *marketing associate* yang memiliki integritas professional, bertanggung jawab dan memiliki komitmen yang tinggi dalam melayani konsumen. Century 21 Metro Group ini sangat terkenal dikalangan masyarakat yang ingin membeli property, dikarenakan agent properti ini sangat melayani para konsumennya dengan baik.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Century 21 Metro Group

Tahun	Data Penjualan
2019	46
2020	32
2021	27

Dari tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa penjualan dari tahun 2019 sampai tahun 2021 setiap tahunnya mengalami penurunan penjualan rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group. Pada tahun 2019 ke tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan penjualan rumah Cluster Aralia dikarenakan seluruh daerah Kota Bekasi mengalami penyebaran virus corona 19 atau covid 19, untuk itu para konsumen dan investor juga mengalami kesusahan dalam ekonomi. Hal

tersebutlah menjadi faktor permasalahan yang ada pada Agent Century 21 Metro Group. Akan tetapi membeli rumah dengan agent properti lebih mudah dan dapat membangun hubungan yang baik saat mengambil keputusan pembelian yang tepat. Salah satu faktor yang menjadi keputusan pembelian rumah pada Agent Century 21 Metro Group adalah produk. Menurut (Musfar, 2020) produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Dimana produk yang dimaksud itu perlu diperhatikan kualitasnya, karena para konsumen membeli suatu produk untuk digunakan selalu memperhatikan kualitasnya. Akan tetapi pada Agent Century 21 Metro Group produk yang selalu memperhatikan kualitas rumah tidak bisa disamakan, karena akan mengalami perbedaan akan produk kualitas rumah baru dengan produk kualitas rumah *secondary*. Akan tetapi produk rumah cluster aralia ini juga unitnya terbatas atau langkahnya keinginan jual dari pihak pemilik dikarenakan susah pihak Agent Century 21 Metro Group menjualnya.

Kebanyakan Agent Century 21 Metro Group menjual-belian produk rumah *secondary* dimana produk akan rumah *secondary* tersebut sangat banyak peminatnya dibanding rumah baru, karena produk rumah *secondary* bukan produk rumah yang inden beberapa bulan dan beberapa tahun tapi produk rumah *secondary* produk rumah yang ada langsung unitnya. Tetapi Agent Century 21 Metro Group juga menjual-belian produk rumah baru tapi tidak sebanyak peminatnya dengan para konsumen yang membeli produk rumah *secondary*. Hal tersebutlah yang menjadi penentu bagi para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian rumah berdasarkan selera dan kebutuhan yang ada.

Salah satu rekomendasi perumahan yang berada didalam cluster adalah cluster aralia. Cluster aralia merupakan perumahan yang berada di Harapan Indah 2 Bekasi dengan rumah type 62, type 72 dan type 115. Akan tetapi dengan menggunakan agent properti untuk mempunyai rumah di cluster aralia tersebut tidak mudah dikarenakan unit yang dijual di dalam cluster tersebut sangat terbatas dan tidak banyak. Lokasi menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian rumah. Tetapi perumahan cluster aralia termasuk lokasi paling ujung di Harapan Indah 2 tapi banyak sekali para konsumen yang fanatik dengan perumahan cluster aralia tersebut. Lokasi tersebut kurangnya fasilitas

umum, jauh dari kota pembelanjaan dan juga untuk ekspansi buat kedepannya belum juga terpikir akan adanya *future development*.

Tabel 1. 2 Type dan Harga Rumah Cluster Aralia

No	Type	Harga
1	Type 62/126	Rp 1.200.000.000,-
2	Type 72/144	Rp 1.400.000.000,-
3	Type 115/144	Rp 1.600.000.000,-

Sumber : www.kota-harapanindah.co.id,2022

Dari tabel 1.2 diatas dapat menyatakan bahwa adapaun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian akan mempunyai rumah adalah harga. Persepsi harga yang ditentukan dari Agent Century 21 Metro Group bisa dibilang tidak menentu, karena harga yang diambil kebanyakan harga dari pihak pemilik rumah bukan harga yang sudah ditetapkan. Begitulah kelemahan membeli rumah dengan agent properti. Agent Century 21 Metro Group hanya sebagai perantara antara pihak pemilik dengan para konsumen, karena rumah yang dijual Agent Century 21 Metro Group kebanyakan rumah secondary. Jadi untuk mendapatkan persepsi harga yang sesuai dengan budget para konsumen tergantung produk rumah yang di mau ada unitnya atau tidak. Karena untuk rumah yang berada di cluster aralia sudah kebanyakan unitnya sudah terjual hanya saja beberapa pihak pemilik meminta perantara agent properti bantu pasarin. Dengan menggunakan jasa agent propeti pihak pemilik juga membayar jasa fee agent terhadap agent propeti tersebut semisalnya rumah tersebut terjual dengan minimum fee agent sebesar 2% s/d 3%.

Hal tersebutlah yang menjadi peneliti tertarik untuk mengambil variabel yang ada dari bauran pemasaran. Akan tetapi variabel promosi (*promotion*) peneliti tidak mengambilnya, karena Agent Century 21 Metro Group tidak kebanyakan menjual rumah baru tetapi rumah secondary yang kebanyakan dari pihak pemilik tidak memberikan promosi. Untuk itu Alasan peneliti memilih variabel persepsi harga, produk dan lokasi tersebut adalah karena dari ketiga faktor tersebut fokus perusahaan untuk bisa meningkatkan penjualan properti saat ini.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait variabel “Persepsi Harga, Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui pada Agent Century 21 Metro Group?
4. Apakah persepsi harga, produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan, Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah Cluster Aralia melalui Agent Century 21 Metro Group

1.4. Manfaat Penelitian

Bedasarkan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya mengenai keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi informasi dan pengalaman dalam hal manajemen pemasaran.

2. Bagi Agent Properti

Penelitian ini dapat menjadi sumber perbaikan dan masukan bagi pihak manajemen untuk lebih maju lagi serta memberikan masukan bagi manajer perusahaan agar terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan tidak beralih ke agent lainnya.