

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Populasi penduduk Kabupaten Buleleng telah mengalami peningkatan yang signifikan, dengan tingkat pertumbuhan yang mencapai 1,02% dalam kurun waktu selama 10 tahun terakhir. Data terkait sensus yang dikerjakan oleh BPS di tahun 2020 bisa diamati di tabel 1.1.

Tabel 1. 2
Jumlah Penduduk Kabupaten Buleleng Tahun 2020

No.	Kecamatan	Luas (ha)	Jumlah Penduduk (jiwa)		Jumlah (jiwa)	Kepadatan Penduduk (jiwa/ha)	Rata-Rata Jiwa/ KK
			L	P			
1	Gerokgak	35.657	42.390	42.120	84.510	2	4
2	Seririt	11.178	35.800	37.100	72.900	7	4
3	Busungbiu	19.662	20.330	20.620	40.950	2	4
4	Banjar	17.260	35.980	36.700	72.680	4	4
5	Sukasada	17.293	38.670	39.030	77.700	4	4
6	Buleleng	4.694	98.530	69.250	167.780	36	4
7	Sawan	9.252	29.960	30.740	60.700	7	4
8	Kubutambahan	11.824	28.220	27.550	55.770	5	4
9	Tejakula	9.768	27.420	26.790	54.210	6	4
Jumlah		136.588	357.300	329.900	687.200	8	

Berdasarkan data BPS tahun 2020, jumlah penduduk di Kabupaten Buleleng menyentuh angka 687.200 jiwa. Dengan sebaran penduduk di setiap kecamatan cukup merata. Kecamatan Buleleng memiliki jumlah penduduk tertinggi dengan yaitu dengan total penduduk 167.780 jiwa (24,41% dari total keseluruhan), sedangkan Kecamatan Busungbiu memiliki jumlah penduduk terendah dengan 40.950 jiwa (5,95% dari total penduduk).

Dengan kepadatan penduduk dan pertumbuhan yang tinggi, tentunya rumah menjadi perkara yang bernilai esensial. Namun, tidak semua memiliki kemampuan finansial untuk membeli rumah yang layak. Masalah ini dihadapi oleh banyak penduduk di penjuru dunia, salah satunya yaitu Indonesia. Salah satu PT yang bergerak di pasar perumahan adalah PT. Umah Mesari, disini penulis melakukan pra-survey dengan mewawancarai masyarakat sekitar yang membeli hunian di daerah Kecamatan Buleleng, 8 dari 10 orang menganggap bahwa lokasi yang menguntungkan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian dan 2 orang lainnya menyatakan sebaliknya. Lalu 6 dari 10 orang menyatakan harga masih menjadi pertimbangan karena melihat harga rumah yang meningkat setiap tahunnya. Melihat kepadatan penduduk yang tinggi di PT. Umah Mesari menyebabkan harga rumah sangatlah tinggi karena ketersediaan lahan baru, dan juga menyebabkan lokasi menjadi kurang strategis.

Aspek yang meningkatkan keputusan pembelian dalam konteks penjualan adalah lokasi. Memilih lokasi tempat tinggal adalah keputusan yang penting dan rumit. Faktor-faktor seperti aksesibilitas, keamanan, infrastruktur, lingkungan, harga properti, lokasi yang menguntungkan, yang memberikan akses mudah kepada konsumen dan berada dekat dengan pusat kota atau area aktif lainnya, adalah pilihan yang ideal untuk memilih lokasi tinggal. Menurut Tjiptono (2008), lokasi merupakan lokus pelaksanaan suatu usaha dan menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilannya.

Selain unsur lokasi terdapat aspek harga yang bisa menentukan keputusan pembelian produk oleh pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2015), harga adalah nominal dana terbebaskan oleh pelanggan untuk memperoleh atau

menggunakan produk yang diinginkan, mencerminkan besaran dana yang dipertukarkan dalam proses itu, harga ialah satu diantara faktor yang memberi pengaruh pada keputusan pembelian pelanggan. Perusahaan dapat mengatur harga produk atau layanan yang disediakan sesuai dengan biaya produksi, keuntungan yang diinginkan, dan harga pasar yang ada. Ketika harga yang dibebankan terlampaui tinggi, hal itu dapat mengurangi ketertarikan pelanggan untuk membeli, sedangkan harga terlampaui rendah memungkinkan perusahaan tidak profit karena tidak mampu mencapai keuntungan yang diinginkan. Dengan demikian, perusahaan harus menyelidiki semua hal yang berkaitan yang berpengaruh pada regulasi penetapan harga agar dapat melakukan penetapan harga yang sebanding dengan nilai yang diberi ke pelanggan.

Pada penelitian terdahulu yang ditulis oleh Irwansyah Siregar (2021), di dalam penelitian tersebut mengangkat topik terkait keputusan pembelian rumah bersubsidi dilihat dari sudut pandang fasilitas, citra perusahaan dan harga. Lalu di penelitian terdahulu yang ditulis oleh Yuliana, dkk., (2022) mengangkat topik terkait pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga, kualitas *service*, juga lokasi pada keputusan membeli oleh pelanggan di Sinestesa Coffeshop Pati.

Di studi terdahulu yang ditulis Irwansyah Siregar (2021) dan juga Hidayat (2020) menyebutkan kalau harga punya dampak positif ke keputusan pembelian, sementara itu pada kajian yang dikerjakan oleh Yuliana, dkk., (2022) dan juga Nasution, dkk., (2019) persepsi harga tidak punya pengaruh signifikan pada keputusan membeli. Disini penulis menemukan sebuah keterbatasan atau gap, meskipun banyak penelitian telah meneliti terkait pengaruh dari harga dan lokasi pada keputusan pembelian, namun masih terdapat *research gap* mengenai

bagaimana harga dan lokasi berdampak ke keputusan pembelian untuk suatu produk atau jasa.

Berdasarkan paparan data dan fenomena yang ada di lapangan, penulis punya ketertarikan guna melakukan kajian mendalam mengenai pengaruh lokasi dan harga produk yang menjadi pengaruh pada keputusan pembelian rumah di PT. Umah Mesari karena melihat PT. Umah Mesari sudah memiliki pembeli di usaha mereka dengan begitu pembeli tersebut bisa dikatakan layak untuk dijadikan objek penelitian terkait suatu masalah bagi masyarakat yang ingin mencari hunian baru melihat dari aspek harga dan lokasi ataupun keduanya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengusulkan judul studi yang berjudul **”Peran Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di PT. Umah Mesari”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

1.3 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasar pada latar belakang studi dan fenomena pada lapangan, maka teridentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- 1) Meningkatnya pertumbuhan penduduk di Kabupaten Buleleng terkhusus di PT. Umah Mesari menyebabkan keperluan masyarakat akan rumah huni juga meningkat.
- 2) Setiap individu membutuhkan rumah sebagai tempat istirahat dan perlindungan, tapi tidak semua individu punya kapabilitas secara finansial untuk membangunnya. Karena terdapat banyak pertimbangan yang harus dipikirkan sebelum sebuah rumah dapat dibangun.

- 3) Orang-orang yang mencari untuk membeli rumah akan sering kali menghadapi pertimbangan rumit terkait faktor-faktor yang bisa memengaruhi harga jual, seperti lokasi dan persaingan antar perusahaan.
- 4) Terdapat *research gap* pada penelitian terdahulu yang dimana temuan pada penelitian sebelumnya mungkin tidak konsisten ataupun bahkan kontradiktif, menyebabkan ketidakpastian dalam pemahaman terhadap topik tertentu.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasar pemahaman masalah sebelumnya, batasan kajian ini mencakup lokasi dan harga sebagai faktor utama yang memberi pengaruh keputusan pembelian, dengan keputusan pembelian ialah variabel yang diteliti.

1.5 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasar informasi yang sudah dilakukan pemaparan dalam latar belakang penelitian, maka bisa dirumuskan masalah penelitian seperti dibawah:

- 1) Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di PT. Umah Mesari?
- 2) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah di PT. Umah Mesari?
- 3) Apakah lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah di PT. Umah Mesari?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah yang sudah dilakukan pemaparan ada beberapa tujuan yang dapat dicari yakni seperti dibawah:

- 1) Guna mengevaluasi dan mencari pengaruh lokasi pada keputusan pembelian rumah di PT. Umah Mesari.
- 2) Guna mengevaluasi dan mencari pengaruh harga pada keputusan membeli rumah di PT. Umah Mesari.
- 3) Untuk mengevaluasi dan mencari pengaruh lokasi dan harga pada keputusan membeli rumah di PT. Umah Mesari.

1.7 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini hendaknya bisa memberi beragam keuntungan, di antaranya:

1) Manfaat Praktis

Hasil teliti diharap bisa membantu konsumen yang ingin membeli rumah. Dengan tujuan konsumen dapat memperoleh pemahaman mendalam pasar perumahan, tren harga, dan faktor-faktor yang memberi pengaruh pada keputusan pembelian rumah yang sesuai kebutuhan, preferensi, dan kemampuan finansial mereka. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu *developer* perumahan lainnya dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, salah satunya seperti menetapkan harga yang memikat pembeli, memilih lokasi yang terprospek dengan baik, dan menyediakan sarana sesuai standar agar bisa menarik calon pembeli.

2) Manfaat Teoritis:

Kajian ini hendaknya bisa berkontribusi pada berkembangnya ilmu pengetahuan di sektor manajemen pemasaran dan perilaku konsumen melalui publikasi di jurnal dan artikel selanjutnya. Tujuan studi ini juga termasuk untuk menguji dan memperluas teori-teori yang punya kaitan dengan faktor-faktor yang memberi pengaruh keputusan membeli rumah, semisal yang variabel yang dipakai pada studi ini ialah harga dan lokasi.

