

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini, menuntut untuk memiliki hunian di tengah kota yang memiliki akses yang mudah, dekat dengan lingkungan perkantoran, maupun yang memiliki fasilitas yang lengkap sehingga akan dapat menunjang aktivitas sehari-hari dengan lebih efektif. Hunian vertikal menjadi salah satu solusi terbaik untuk mengatasi keterbatasan lahan yang saat ini terjadi di kota-kota besar.

Surabaya sebagai kota terbesar ke dua di Indonesia setelah Jakarta, juga tidak terlepas dengan masalah keterbatasan lahan yang saat ini bukan hanya terjadi di tengah kota, melainkan keterbatasan lahan di Surabaya sudah terjadi secara menyeluruh hingga ke pinggir kota. Tidak mengherankan jika pada akhirnya banyak perusahaan-perusahaan properti yang kemudian berlomba-lomba untuk membangun dan menawarkan hunian vertikal dalam bentuk apartemen.

Bisnis properti di Surabaya yang berbentuk apartemen, saat ini memiliki tingkat persaingan yang sangat ketat dikarenakan makin banyaknya para perusahaan pengembang yang turut mengisi bisnis properti apartemen di Surabaya, baik perusahaan yang berskala nasional maupun yang berskala lokal. PT. PP Properti yang berdiri pada tahun 2013, saat ini juga ikut meramaikan bisnis properti apartemen di Surabaya dengan mendirikan kawasan superblok yang berlokasi di Surabaya Barat tepatnya di Jl. KH Abdul Wahab Siamin Surabaya Blok RA No.Kav 9-10, Putat Gede, Kecamatan Sukomanunggal, Kota Surabaya, Jawa Timur 60225. Luas area sebesar 3,5 hektar yang diberi nama Grand Sungkono Lagoon, dengan konsep *green building* dan konsep *smart*

home demi kenyamanan bagi para penghuninya. Keseluruhan dari *masterplan* sudah didesain dengan membawa ruang interaktif di sepanjang lokasi, dan khususnya pada *tower Venetian* merupakan *tower* pertama di Indonesia yang memiliki sertifikat *GreenShip* dengan memperoleh peringkat *GOLD* yang dikeluarkan oleh *Green Building Council Indonesia (GBCI)*.



Gambar 1.1
Grand Sungkono Lagoon

Sumber: www.pp-properti.com, 2019

Grand Sungkono Lagoon merupakan proyek terpadu yang dibangun oleh PT. PP Properti, Tbk. yang terdiri dari 4 tower apartemen, mall, hotel, dan gedung perkantoran setinggi 52 lantai yang berlokasi di Jalan Mayjen Sungkono, Surabaya Barat. Proses pembangunan sendiri dimulai sejak tahun 2014 dan direncanakan selesai pada tahun 2020.

Dari pihak konsumen, proses pengambilan keputusan pembelian apartemen akan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian apartemen adalah lokasi, semakin strategis lokasi apartemen, dan seberapa mudah akses lokasi apartemen tersebut terkoneksi dengan pintu tol, rumah sakit, tempat pendidikan, bandara, pusat kota, dan tempat-tempat penting lainnya akan dapat memberikan daya tarik tersendiri dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

Faktor lain yang dapat memberikan pengaruh bagi konsumen terhadap proses pengambilan keputusan pembelian adalah fasilitas. Seberapa lengkap fasilitas yang ditawarkan oleh pihak pengembang, akan memberikan faktor yang penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Saat ini para pengembang sudah sangat fokus untuk menawarkan konsep hunian dengan beragam fasilitas penunjang lain seperti arena wisata, taman hijau, pusat perbelanjaan, pusat layanan kesehatan, gedung perkantoran, serta fasilitas-fasilitas umum lainnya supaya dapat menjadikan daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Nilai investasi juga menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen yang dapat mempengaruhi mereka dalam proses pengambilan keputusan pembelian apartemen. Bagaimana nilai investasi mereka di masa depan apakah memiliki peluang mengalami peningkatan yang tinggi, atau justru akan mengalami penurunan. Konsumen akan sangat jeli dalam menilai *track record* dari perusahaan pengembangnya, proyek apa yang sudah dibangun oleh pengembang tersebut, bagaimana kondisi terkini proyek-proyek yang telah dibangun oleh pengembang tersebut, apakah berkembang atau tidak, akan menjadi salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian apartemen.

Dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya, dari sisi lokasi, fasilitas, dan nilai investasi. Maka penulis mengambil judul penelitian yaitu **“Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Nilai Investasi Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon Di Surabaya.”** Dengan kata lain, penulis bermaksud melakukan penelitian apakah faktor lokasi, fasilitas, serta nilai investasi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya ataukah tidak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi, fasilitas, dan nilai investasi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya?
2. Apakah lokasi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya?
3. Apakah fasilitas memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya?
4. Apakah nilai investasi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas, dan nilai investasi terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya.

2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh nilai investasi terhadap keputusan pembelian Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para akademisi maupun bagi para praktisi yang antara lain adalah sebagai berikut:

1. Aspek akademis

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan tambahan wawasan, pendalaman teori serta bisa dijadikan sebagai bahan studi kasus bagi penulis pada khususnya serta bagi para akademisi lainnya secara umum terkait dengan ilmu tentang pemasaran, manajemen pemasaran, serta bidang ilmu lain yang terkait dengan penelitian ini.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan bacaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika pada khususnya, serta bisa dijadikan sebagai referensi maupun bahan pembandingan bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian pada bidang yang sama yang terkait dengan bidang ilmu Manajemen Pemasaran terutama dalam peningkatan keputusan pembelian produk properti.

3. Aspek praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT. PP Properti, Tbk. untuk dapat melakukan evaluasi serta mengambil

keputusan-keputusan strategis guna meningkatkan penjualan unit apartemen di Grand Sungkono Lagoon Surabaya, dan memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon di Surabaya.