

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya memerlukan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dalam dirinya. Kebutuhan pokok tersebut bisa disebut dengan kebutuhan primer. Salah satu hal kebutuhan manusia yang mendasar adalah dalam bidang papan (tempat tinggal). Rumah merupakan sebuah bangunan yang dijadikan tempat untuk berteduh dan melakukan aktivitas sehari – harinya dalam lingkungan keluarga. Kehadiran rumah sebagai kebutuhan pokok sangat berperan penting dan menjadi kebutuhan yang mendasar bagi sebuah keluarga baik masyarakat yang berada dipertanian maupun yang ada dipelosok desa. Dalam situasi saat ini manusia mempertimbangkan segi papan tidak hanya dari fungsi rumah sebagai tempat untuk berteduh, melainkan aspek bangunan yang kokoh, lingkungan yang aman dan nyaman serta mempertimbangkan aspek lokasi yang strategis. Hal inilah yang membuat aspek harga rumah memiliki harga yang berbeda – beda.

Berberapa negara seperti Indonesia memiliki tingkat harga rumah dan juga tingkat kepadatan penduduk yang tinggi dan menjadi sebuah permasalahan ataupun polemic dalam kehidupan. Sebagai contoh di Jakarta, Surabaya yang penuh dengan hiruk pikuk kemacetan. Ini merupakan indikasi peningkatan kemajuan di suatu kawasan yang merupakan pertanda pula peningkatan volume kendaraan di setiap harinya dan juga menandai bahwa semakin bertambahnya pengguna jalan dan semakin dibutuhkannya sebuah rumah (tempat tinggal). Masyarakat di perkotaan khususnya di kota besar seperti di Surabaya memiliki gaya hidup kepemilikan tempat tinggal yang praktis dan menginginkan rumah

yang dekat dengan tempat kerja. Namun, untuk memiliki rumah yang dekat dengan sekitar kantor tempat kerja serasa tidak memungkinkan karena berbagai hal, salah satunya pendapatan yang kenaikannya tak sebanding dengan lonjakan harga rumah. Selain itu, sangat minimnya area tempat di kota besar yang terus dipadati dengan banyak penduduk dan bangunan. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pengusaha properti sebagai peluang bisnis yang menjanjikan konsumen untuk menawarkan tempat tinggal dengan konsep apartemen sebagai solusi permasalahan tempat tinggal pada masa saat ini, sehingga diperlukan suatu promosi yang mampu menggerakkan untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut Manap (2018:301) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Surabaya sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia yang menjadi pusat kegiatan ekonomi di Provinsi Jawa Timur dengan pertumbuhan pesat disemua bidang dan memiliki tingkat urbanisasi yang tinggi dan menjadi daya tarik bagi masyarakat baik untuk memanfaatkan peluang usaha maupun menanamkan investasi di Surabaya. Hal demikian telah memberikan dampak tersendiri diantaranya adalah gangguan atau perubahan kualitas lingkungan yang ditandai dengan adanya beberapa perubahan seperti penurunan kinerja jalan atau kemacetan, limbah yang meningkat, kualitas udara menurun dan juga munculnya perubahan perubahan pada aspek sosial-ekonomi-budaya seperti gejala kemiskinan, dan pengangguran seolah merupakan hal biasa yang dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Mobilitas yang semakin pesat pun tak dapat dihindari. Sebagai kota dengan pusat segala aktivitas perekonomian di wilayah Indonesia Timur, Surabaya semakin memerlukan sarana dan prasarana

kota, untuk mendukung peningkatan mobilitas penduduk tersebut. Pembangunan berkelanjutan adalah upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan dengan demikian diperlukan suatu desain apartemen yang sesuai dengan selera konsumen. Menurut Surachman (2017:7), mengemukakan bahwa desain pada hakekatnya merupakan upaya manusia manusia memberdayakan diri melalui benda ciptaannya untuk menjalani kehidupan yang lebih aman dan sejahtera. Desain merupakan dimensi yang unik dari suatu produk, dimensi ini memberikan aspek emosional yang tinggi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pembangunan kawasan dengan model apartemen merupakan salah satu alternatif pembangunan yang efisien karena dapat mengakomodasi kepadatan yang tinggi secara vertikal. Pembangunan kawasan apartemen yang didalamnya dilengkapi dengan fasilitas bangunan yang menawarkan efektivitas kebutuhan seperti hunian, kolam renang, taman dan menjadi satu kawasan dengan perkantoran, gedung, retail, yang secara visual terlihat sangat modern dan mewah dalam segala hal baik tampilan maupun sosial dan lingkungan yang ditawarkan. Dalam pembangunannya, pengadaan apartemen harus memperhatikan berbagai aspek yang saling berkaitan satu sama lain. Unsur apartemen yang paling menonjol adalah gagasan untuk mengintegrasikan beberapa kegiatan atau fungsi ke dalam satu satuan ruang secara sinergis, sehingga membentuk konsep "*one-stop living*," paling tidak terdiri atas fungsi residensial (hunian), dan komersial berupa tempat kerja (perkantoran), dan

perbelanjaan sehingga fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pengembang haruslah memenuhi apa yang diperlukan oleh konsumen apartemen tersebut.

Salah satu alasan dibangunnya apartemen adalah karena permintaan hunian yang tinggi di kota Surabaya yang tidak diimbangi dengan ketersediaan lahan yang memadai untuk mengembangkan perumahan dalam bentuk pengembangan ke arah horizontal, menjadi pertimbangan masuknya investor ke kota Surabaya untuk membangun fasilitas hunian dalam bentuk apartemen. Melihat pembangunan di kota Surabaya yang terus meningkat dan adanya peluang yang cukup luas dalam dunia industri properti serta untuk memenuhi permintaan pasar akan tempat hunian yang digabungkan dengan perkantoran dan retail yang berada dalam satu kawasan, sehingga penghuni dapat menghemat waktu dan tidak perlu terperangkap dalam kemacetan dalam memenuhi keperluan hidupnya, maka PT. Trisakti Makmur Persada yang merupakan perusahaan bergerak di bidang properti dengan proyek pembangunan gedung *Capital Square* Surabaya yang senantiasa memberikan produk – produk unit yang terbaik untuk pembeli unit, PT Trisakti Makmur Persada harus memperhatikan dan memahami perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian unit. Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul, dan kegiatan ini menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Menurut Kotler dan Keller (2017:184) keputusan pembelian merupakan suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Promosi, Desain, Dan

Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Unit Apartemen Di *Capital Square* Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah promosi, desain, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square* Surabaya?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square* Surabaya ?
3. Apakah desain secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square* Surabaya ?
4. Apakah fasilitas yang disediakan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square* Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi, desain, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square* Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square* Surabaya.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis desain secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square Surabaya*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis fasilitas yang disediakan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian unit apartemen di *Capital Square Surabaya*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yang terdiri dari aspek, adalah :

1. Aspek Akademis.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para akademisi STIE Mahardhika Surabaya khususnya dosen, mahasiswa dan kepentingan perpustakaan.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan penelitian ini dan bagi peneliti selanjutnya yang ingi melakukan penelitian dibidang Manajemen Pemasaran khususnya variabel promosi, desain, fasilitas dan keputusan pembelian.

3. Aspek Praktis.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pimpinan PT. Trisakti Makmur Persada serta bagi perusahaan sejenis yang ingin meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui bauran promosi, desain, dan fasilitas.