**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Masyarakat sekarang ini dapat memiliki rumah dengan cara membeli secara tunai atau angsuran, dan juga dapat melalui pasar properti. Dalam pasar properti perumahan, terdapat dua jenis pasar yaitu pertama adalah pasar primer dan kedua adalah pasar sekunder. Pasar primer adalah pasar yang menyediakan rumah baru, sementara pasar sekunder adalah pasar yang menyediakan peralihan hak kepemilikan rumah telah pakai atau non baru.Untuk pasar primer, perumahan dipasok oleh pengembang (*developer*) baik itu pengembang swasta maupun pengembang pemerintah.Pengembang swasta pada saat ini kebanyakan tergabung dalam organisasi *real estate* Indonesia (REI), sementara kepanjangan tangan pemerintah dalam hal pembangunan perumahan untuk masyarakat dilaksanakan oleh Perum Perumnas. Sementara untuk pasar sekunder pada saat ini banyak dibantu oleh jasa para broker atau agen property.

Perkembangan dalam kehidupan masyarakat serta kebijakan pemerintah yang ada tidak dapat dilepas pisahkan dari persoalah perumahan dan pemukiman di Indonesia. Sebagaimana diketahui bahwa lokasi, pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, sarana umum, harga pasar, selera konsumen serta peraturan perundang undangan adalah faktor faktor yang mempengaruhi permintaan rumah.

Dalam masyarakat modern dengan gaya hidup yang dinamis lebih cenderung membutuhkan rumah dengan berbagai fasilitas seperti sarana olahraga, rekreasi serta keamanan yang terjamin di dalam satu kawasan dengan sistem satu pintu sebagai akses keluar masuk Kota Makassar merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dengan laju pertambahan penduduk yang cukup tinggi di Indonesia. Pertambahan penduduk yang terjadi baik secara alamiah maupun melalui proses urbanisasi menyebabkan pertumbuhan pada permintaan rumah tinggal. Hal ini mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan-perumahan di Kota Makassar baik rumah sederhana, rumah tipe menengah hingga perumahan mewah.

Dengan kondisi tersebut, bukan hanya menjanjikan suatu peluang bisnis perumahan di Makassar, tetapi juga memunculkan persaingan yang kian ketat baik antara perusahaan pengembang (*developer*).Dalam hal ini setiap perusahaan dituntut jeli untuk menangkap peluang yang ada agar dapat bertahan seiring dengan perubahan zaman. Perubahan zaman sendiri meniscayakan adanya perubahan perilaku dan gaya hidup manusia, tidak terkecuali dalam hal pemenuhan kebutuhan perumahannya. Oleh karenanya, peran pemasaran sangat dibutuhkan untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share*.

Peranan pemasaran adalah menganalisis perilaku konsumen, dan dengan begitu akan berpengaruh terhadap peningkatan perusahaan. Analisis perilaku konsumen berkaitan secara langsung dengan kegiatan individu-individu dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan, persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan dalam pemasaran.

Menurut Stanton (2003), pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan organisasi/perusahan. Berdasarkan definisi tersebut, maka kita ketahui bahwa tujuan dan prinsip pemasaran bukan hanya sekadar penjualan semata akan tertapi juga berorientasi pada dimensi sosial dan kepuasan serta keinginan konsumen melalu proses pertukaran demi laba perusahaan.

Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda sebagaimana dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Pada sisi yang lain, perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan. Oleh karenanya, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang tetap untuk produknya. Produk menurut Kotler (2008) adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Konsumen akan berusaha untuk memenuhi suatu kebutuhan dengan mencari manfaat tertentu dari suatu produk. Konsumen akan melihat produk sebagai kumpulan sifat-sifat atau ciri-ciri tertentu dengan kemampuan yang beragam dalam memberikan manfaat yang dicari dan dalam memuaskan kebutuhan tersebut.

Dalam pelaksanaan analisis perilaku konsumen terhadap produk yang dipasarkan yaitu produk perumahan di Kota Makassar, maka perlu dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya meliputi keluarga, situasi ekonomi, dan gaya hidup. Faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh dalam pemasaran produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Menganalisis perilaku konsumen bukan hanya ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, akan tetapi juga perlu memperhatikan perubahan-perubahan yang timbul di dalam perusahaan, mengamati tingkah laku konsumen, serta usaha perbaikan produk dan pelayanan yang lebih baik dengan harga terjangkau. Oleh karenanya, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian terkait perilaku konsumen terhadap pembelian rumah sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia, dengan judul: “**Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Pembelian rumah pada Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya ”.**

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor keluarga mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah pada perumahan Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya ?
2. Apakah faktor situasi ekonomi mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah pada Perumahan Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya ?
3. Apakah faktor gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah pada Perumahan Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya ?
4. Apakah faktor keluarga, faktor situasi ekonomi dan faktor gaya hidup mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah pada Perumahan Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya?
5. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor keluarga, situasi ekonomi, dan gaya hidup terhadap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah pada Perumahan Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam pembelian rumah pada Graha Lestari Makassar PT. Ariyus Bersinar LestariJaya.
3. **Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi hasil literature sebagai bukti empiris dibidang manajemen pemasaran yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian mendatang yang masih ada kaitannya dengan penelitian ini.
2. Bagi pihak perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak perusahaan dalam penetapan kebijakan terutama menyangkut pemasaran.
3. Bagi pihak konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.