

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Dewasa ini perkembangan dalam bisnis berubah seiring dengan perkembangan zaman, hingga hal ini menyebabkan persaingan yang begitu ketat untuk dapat merebut pangsa pasar yang ada. Demikian pula halnya dengan bisnis perumahan (*property*), Semua usaha yang bergerak di bidang ini dituntut untuk dapat bekerja keras agar perusahaannya mampu bertahan dengan adanya persaingan yang ketat tersebut.

Pendidikan serta pengetahuan yang semakin maju juga berpengaruh terhadap semakin kritisnya para konsumen saat ini dalam memilih berbagai alternatif pilihan yang tersedia. Oleh karenanya pihak-pihak yang terkait didalam perusahaan sebagai tim sukses kemajuan perusahaan, dituntut upaya-upayanya guna mencermati apa yang sebenarnya diminati oleh konsumen dalam memutuskan pembelian rumah sebagai tempat tinggal yang nyaman.

Perilaku konsumen ini akan selalu berubah seiring dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kecermatan perusahaan dalam menguasai dan memahami serta mengikuti perubahan tersebut akan sangat bermanfaat bagi perkembangan perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh sebab itu, perusahaan dituntut

untuk dapat mencermati faktor-faktor perubahannya guna memajukan penjualan produknya.

Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang sejenis, disertai dengan berbagai promosi yang mereka lakukan maka sangat perlu bagi penulis untuk benar-benar mengerti dan memahami perilaku konsumen. Dengan kemampuan memahami perilaku konsumen diharapkan pihak perusahaan menemukan cara yang tepat untuk dapat memotivasi calon konsumen agar melakukan pembelian terhadap produknya.

Kebutuhan serta keinginan juga berpengaruh pada setiap individu sehingga memotivasi mereka untuk mengambil keputusan pembelian dengan tujuan agar dapat mencapai kepuasan. Dalam hal ini seorang individu juga memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap perilaku orang tersebut

Dengan banyaknya bisnis perumahan yang ditawarkan oleh pengembang, maka mendorong penulis tertarik untuk meneliti tentang *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Bukit Dieng Permai Malang”*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka penulis merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

Perumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel-variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian rumah di PT. Bukit Dieng Permai Malang?
2. Manakah diantara variabel-variabel tersebut diatas yang berpengaruh dominan terhadap keputusan untuk melakukan pembelian rumah di PT. Bukit Dieng Permai Malang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis . terhadap perilaku konsumen dalam melakukan keputusan membeli rumah pada PT. Bukit Dieng Permai Malang.
2. Untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan keputusan untuk membeli rumah pada PT. Bukit Dieng Permai Malang.

D. Kegunaan penelitian

1. Bagi perusahaan

Memberikan sumbangsih pemikiran bagi PT. Bukit Dieng Permai Malang sebagai pengembang untuk menjadi bahan pertimbangan dan mempelajari perilaku konsumen yang selanjutnya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan penyusunan strategi pemasaran yang akan datang.

2. Bagi penulis

Memperkaya dan memperluas pengetahuan yang telah dimiliki dengan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia usaha pada kenyataannya.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai tambahan pustaka bagi peneliti lain dalam pembahasan yang sama.