

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini impian memiliki sebuah hunian adalah idaman bagi setiap orang. Disamping itu hunian sebagai tempat berteduh ataupun tempat beristirahat berkumpulnya dengan keluarga, hunian juga sering sekali disebut sebagai aset bagi keperluan investasi dimasa yang akan datang. Rumah juga harus dilengkapi dengan furniture pendukung dari kegiatan sehari-hari oleh orang yang berada dirumah tersebut. Furniture saat ini sudah menjadi kebutuhan primer karena dimasukan kedalam kebutuhan papan bagi manusia, dan rata-rata furniture telah dijadikan sebuah identitas *prestige* dan gaya hidup bagi masyarakat.

Membeli furniture adalah alasan gaya hidup konsumen, dimana gaya hidup yang di maksud adalah furniture alat kebutuhan yang dapat menaikkan gengsi dari penghuni rumah yang tinggal didalamnya. Gaya hidup adalah bagaimana seseorang menjalankan apa yang menjadi konsep dirinya yang ditentukan oleh karakteristik individu yang terbangun dan terbentuk sejak lahir dan siklus kehidupan (DR.Sudaryono 2014: 152).

Membeli furniture dengan desain dan konsep rumah yang diidamkan sudah menjadi gaya hidup modern karena cenderung membutuhkan tempat tinggal yang nyaman dan elegan, "*Home is where your heart is*" rumah memang menjadi tempat menghabiskan sebagian besar waktu dengan keluarga. Ada kehangatan dan kenyamanan dirumah.

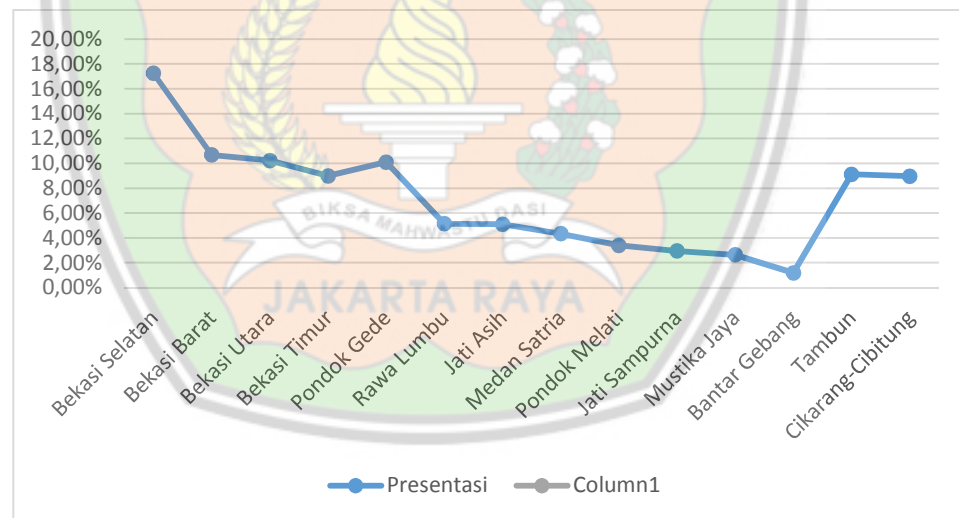
Berikut adalah data rata-rata penjualan furniture di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi periode Januari-September 2018 area Bekasi :

Tabel 1.1 Rata-Rata Penjualan Januari-September 2018 Area Bekasi

Kecamatan	Rata-rata penjualan
Bekasi Selatan	208
Bekasi Barat	129
Bekasi Utara	123

Kecamatan	Rata-rata penjualan
Bekasi Timur	108
Pondok Gede	122
Rawa Lumbu	62
Jati Asih	61
Medan Satria	52
Pondok Melati	41
Jati Sampurna	36
Mustika Jaya	32
Bantar Gebang	14
Tambun	110
Cikarang-Cibitung	108

Sumber: Toko Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi 2019



Sumber: Toko Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi 2019

Gambar 1.1 Rata-rata penjualan Januari-September 2018 area Bekasi

Dari tabel rata-rata data penjualan diatas penulis telah menemukan bahwa fenomena di Kecamatan Pondok Melati masyarakatnya mempunyai daya beli rendah dengan angka 3,39%, sedangkan di Kecamatan Bekasi Selatan masyarakatnya mempunyai daya beli besar yaitu 17,24%.

Berbelanja perlengkapan rumah merupakan suatu kebutuhan yang penting bagi kita, jika kita memiliki rumah yang ingin dilengkapi dan juga diberikan sentuhan yang khas dari kita tentunya. Perlengkapan rumah bagi kita merupakan salah satu kebutuhan akan sarana dan juga aksesoris yang akan mampu mencerminkan diri seseorang, karena tampilan rumah bisa menjadi tolak ukur tampilan seseorang.

Alasan lain yang dipertimbangkan yaitu kualitas produk, selain gaya hidup kualitas produk juga dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli furniture. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya didalam jurnal mengungkapkan bahwa secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Kristian Denny dan Rita, 2016). Setelah konsumen menentukan bagaimana gaya hidupnya dengan membeli furniture kemudian konsumen pun mencari kualitas produk yang diharapkan seperti terbuat dari material yang berkualitas, desain yang menarik dan daya tahan pemakaian produk. Kebutuhan konsumen untuk memiliki furniture dengan kualitas dan desain yang elegan cocok dengan konsep bangunan rumah dapat memberikan kenyamanan tempat tinggal bagi konsumen itu sendiri. Sehingga kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

Dalam menggerakkan unit usaha dunia furniture, dimana saat ini bisnis properti telah berkembang sangat pesat dan proses pembangunan maupun permintaan kepemilikan hunian oleh masyarakat masih tinggi. Dengan keberadaan hunian-hunian baru seperti perumahan ataupun apartemen vertikal, sehingga dapat disimpulkan bahwa properti tersebut perlu diisi dengan furniture-furniture yang baru. Maka dari itu untuk bisnis furniture pasar sangat membuka lebar, karena dengan perkembangan pembangunan dan amino masyarakat akan kepemilikan sebuah hunian didaerah seluruh Indonesia, dipastikan bahwa bisnis furniture ini nantinya akan menjadi sebuah yang dapat dikembangkan dengan baik.

Indonesia saat ini juga telah mengalami perkembangan ekonomi yang begitu pesat, daya beli masyarakat juga ikut meningkat. Banyak orang kelas menengah yang sudah berani membelanjakan uangnya untuk status barang yang dirasa

memang pantas untuk dimiliki. Daya beli ini juga dapat dimasukkan dalam potensi usaha bisnis furniture, kekuatan masyarakat dengan kepemilikan uang mereka juga dapat diartikan pembeli sudah pasti ada didepan mata. Kepemilikan hunian seperti apartemen ataupun perumahan bertipe mungil bagi keluarga berkembang bisa disegmentasikan juga menjadi target pasar dari furniture yang nantinya akan dipasarkan, dengan kata lain bahwa semua golongan dapat menjadi target pasar dari produk.

Banyak orang menyukai belanja perlengkapan rumah di Informa, karena bagi mereka ada semacam kelayakan, kesukaan, dan kepuasan dalam mencari furniture yang para konsumen idamkan untuk mengisi rumah mereka. Di Bekasi merupakan kota metropolitan yang tentunya masyarakat di Bekasi juga konsumtif. Masyarakat juga wajib tahu tentang mana barang yang berkualitas dan tepat guna bagi mereka dan mana yang tidak berkualitas dan tidak tepat guna bagi mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, berkembangnya ekonomi dan pola hidup masyarakat dapat mempengaruhi pasar properti khususnya furniture. Dengan begitu para pengembang bersaing untuk mengembangkan properti dengan melihat berbagai faktor karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Perilaku pada konsumen menjadi salah satu hal yang terlibat dalam melakukan keputusan untuk membeli. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian merupakan landasan yang sangat penting (DR. Sudaryono 2014;11). Oleh karena itu menguasai perilaku konsumen sangat diperlukan oleh pengembang, karena ada kaitannya dengan pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Furniture di Informa Ahmad Yani Bekasi.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang, furniture saat ini sudah menjadi kebutuhan primer dan rata-rata furniture telah dijadikan sebuah identitas *prestige* dan gaya hidup bagi masyarakat, dikarenakan Indonesia saat ini juga

telah mengalami perkembangan ekonomi yang begitu pesat, daya beli masyarakat juga ikut meningkat. Banyak orang kelas menengah yang sudah berani membelanjakan uangnya untuk status barang yang dirasa memang pantas untuk dimiliki.

Membeli furniture dengan desain dan konsep rumah yang diidamkan sudah menjadi gaya hidup modern karena cenderung membutuhkan tempat tinggal yang nyaman dan elegan. Konsumen pun mencari kualitas produk yang diharapkan seperti terbuat dari material yang berkualitas, desain yang menarik dan daya tahan pemakaian produk. Fenomena tersebut menarik untuk diteliti utamanya terkait pengambilan keputusan untuk membeli sebuah furniture yang dapat dipengaruhi oleh faktor gaya hidup dan kualitas produk.

Berdasarkan uraian di atas penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian furniture di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian furniture di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi?
3. Apakah gaya hidup dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas pada rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian furniture di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas prodak terhadap keputusan pembelian furniture di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi.

3. Untuk mengetahui secara simultan gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian furniture di Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini disangat diharapkan dapat bermanfaat kepada:

1. Bagi pihak Furniture Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi (perusahaan), hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas, dan penjualan furniture, juga untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumen dari faktor yang ada sehingga dapat memutuskan target maupun sasaran pasar.
2. Bagi akademik, hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian yang sama dan salah satu sumber informasi pengetahuan sipembaca.

1.5 Batasan Masalah

Supaya lebih fokus dan lebih terarah dalam menjawab rumusan tujuan penelitian, peneliti membatasi ruang lingkup masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Furniture Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi yang berada di Jln. Ahmad Yani Bekasi Selatan, yang dikembangkan oleh perusahaan Kawan Lama Group.
2. Variabel yang diteliti gaya hidup dan kualitas produk dan keputusan pembelian.
3. Subjek penelitian adalah konsumen/pembeli yang ingin membeli dan menggunakan furniture dari Informa Living Plaza Ahmad Yani Bekasi.
4. Adapun rumusan masalah penelitian ini antara lain, apakah ada pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian furniture di Informa Ahmad Yani Bekasi baik secara parsial (satu-persatu) maupun secara simultan (bersama-sama).

1.6 Sistematika Pelaporan

Agar lebih teratur pembahasan diskripsi ini, penelitian telah membuat sistematika pelaporan yang terdiri dari 5 (lima) bab, didalam bab tersebut terdapat sub bab yang merupakan hal terpenting dalam pelaporan berupa penjelasan atau isi dari masing-masing bab.

Berikut adalah sistematika pelaporan pada skripsi ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan berupa latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup/pembatasam masalah dan sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan pustaka berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu gaya hidup dan kualitas prodak dan proses keputusan pembelian. Kemudian, tinjauan terhadap hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang akan digunakan, lokasi dan waktu penelitian populasi dan sample penelitian, model penelitian, jenis data yang digunakan, deskripsi variabel penelitian berupa definisi konseptual variabel penelitian definisi operasional variabel penelitian dan indikator variabel penelitian serta cara pengukurannya, cara pengolahan dan menganalisis data berupa intsrumen yang digunakan dalam penelitian, uji kualitas data, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik pengujian hipotesis, analisis regresi berganda dan koefisien determinasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang menguraikan hasil penelitian berupa deskripsi objek penelitian, dekripsi variabel penelitian, pembuktian hipotesis atau uraian tentang pola hubungan variabel yang telah diukur dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan secara singkat yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dan saran bagi pihak yang akan memanfaatkan hasil penelitian.