

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan di dalam lingkungan perusahaan saat ini mulai berlomba-lomba dalam memajukan lingkungan bisnis di Indonesia. Dapat dilihat dari berbagai aspek keunggulan yang ditawarkan oleh pesaing akan menjadi persaingan yang semakin ketat dalam meraih pangsa pasar yang dituju. Persaingan yang terjadi ini merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, karena dengan adanya persaingan ini dapat menjadi salah satu pendorong dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, selain itu dapat juga memberikan keuntungan positif bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar, sehingga mampu memenangkan persaingan yang ada pada lingkungan bisnis saat ini.

Berbicara mengenai persaingan yang ketat, masing-masing perusahaan akan berusaha menarik lebih banyak pelanggan untuk memajukan usahanya. Dalam hal ini, diharapkan dengan pendekatan terhadap pelanggan secara langsung akan mampu meningkatkan kinerja penjualan yang juga mempengaruhi perilaku etis serta pemahaman relasional dari penjual yang harus diperhatikan karena mencakup bagaimana keputusan pembelian yang diambil oleh calon pembeli ketika akan mempertimbangkan hal-hal tersebut dalam proses transaksi jual-beli. Selain dari perilaku etis dan pemahaman relasional, pengaruh harga suatu produk juga sangat penting. Apabila harga rendah maka permintaan produk yang

ditawarkan meningkat dan apabila harga produk semakin tinggi maka permintaan produk semakin rendah. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen, apabila harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka, pemilihan suatu produk akan diutamakan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, di mana dalam penetapan harga tersebut disesuaikan dengan kualitas produk yang ada.

Pada studi kasus ini, peneliti menggunakan obyek agen properti *Ray White* untuk mengetahui apakah perilaku etis, pemahaman relasional, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya yang dilakukan oleh masyarakat Surabaya.

Keputusan pembelian memberikan sumbangan besar bagi suatu perusahaan, karena itu tenaga penjual merupakan pihak yang memegang peranan penting sebagai penghubung antara perusahaan dengan calon pembeli.

Salah satu kunci keberhasilan dalam penjualan jangka panjang terletak pada pemahaman relasional antara penjual dan pembeli. Titik berat dalam proses penjualan terjadi pada proses penutupan, dengan sedikit anggapan bahwa penjualan dapat mencapai harapan calon pembeli, itulah yang akan menjadi sumber bisnis untuk masa depan. Hal ini dapat mengantarkan perusahaan untuk membentuk pemikiran, bahwa pendekatan yang fokus pada hubungan yang relasional dengan memberikan kemauan dan keinginan konsumen tidak hanya dilihat dari terbatasnya barang dan jasa yang dijual, melainkan juga

menitikberatkan pula pada proses pembelian dan interaksi antara penjual dan pembeli (Pettijohn, in press, 2011).

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat antar perusahaan saat ini berharap bahwa tenaga penjual akan mampu menjadi alasan utama dalam membangun hubungan dengan masyarakat berkat keunggulan yang mampu diciptakan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan bisnis di masa mendatang.

Setiap bidang yang dimiliki oleh tenaga penjual, memiliki ciri-ciri perilaku tertentu yang terkait dengan kemampuan dalam pengembangan perusahaan saat bersaing dengan kompetitor. Di mana yang dibutuhkan untuk melakukan tugas tertentu dari peran tenaga kerja penjual masing-masing dalam perusahaan harus memiliki perilaku tertentu atau aspek dalam bentuk *soft skill* (Punwatkar dan Verghe, 2014).

Melihat gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini yang semakin kompleks dan dapat dilihat dari kebutuhan yang beragam, agen properti *Ray White* melihat adanya peluang penjualan rumah yang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini. Salah satu yang dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat saat ini adalah kebutuhan papan di mana masyarakat akan membutuhkan tempat tinggal hunian yang nyaman, berlokasi strategis, serta dapat menunjang kesejahteraan status sosialnya seperti yang ditawarkan oleh agen properti *Ray White*. Agen properti *Ray White* dapat dijumpai di kawasan Surabaya seperti di jalan Jemursari, Darmo, Diponegoro, dan HR. Muhammad. Membeli rumah melalui agen properti lebih mudah dan dapat mendapatkan harga yang sesuai yang ditawarkan serta dapat

membangun hubungan yang baik saat mengambil keputusan pembelian yang tepat.

Pada era zaman yang modern seperti saat ini, masyarakat akan memilih tempat tinggal di kawasan perumahan yang dikhususkan untuk kalangan menengah ke atas. Selain itu, pangsa pasar yang dituju dalam memilih tempat tinggal hunian di kawasan perumahan yaitu masyarakat yang berpenghasilan tinggi. Dengan penghasilan yang tinggi, dapat dibuktikan masyarakat golongan kelas menengah ke atas ini akan memilih tempat tinggal di kawasan perumahan. Apalagi, di zaman yang seperti membeli rumah tidaklah sulit dalam melakukan lokasi yang diinginkan ataupun harga yang diinginkan karena sudah banyak sekali agen properti di Surabaya yang menawarkan hunian dengan berbagai macam harga. Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti mengenai keputusan pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.

Banyak yang perlu dipertimbangkan ketika kita akan melakukan transaksi jual-beli seperti melihat kinerja penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjual kepada calon pembeli yang di mana melihat perilaku etis, pemahaman relasional, dan harga yang ditawarkan oleh tenaga penjual yang mempengaruhi keputusan pembelian yang diambil oleh calon pembeli.

Dari sinilah dapat dilihat masalah yang terdapat dalam beberapa faktor yang menjadi tolak belakang terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh masyarakat Surabaya dalam pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya. Maka dari latar belakang tersebut, peneliti memilih judul sebagai berikut :

**“Pengaruh Perilaku Etis, Pemahaman Relasional, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Melalui Agen Properti *Ray White* Kawasan Surabaya”.**

**1.2 Perumusan Masalah**

- a. Apakah Perilaku Etis berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya?
- b. Apakah Pemahaman Relasional berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya?
- c. Apakah Harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya?
- d. Apakah Perilaku Etis, Pemahaman Relasional, dan Harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini tentang pengaruh Perilaku Etis, Pemahaman Relasional, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rumah melalui agen properti *Ray White* Kawasan Surabaya adalah :

- a. Mengetahui signifikansi pengaruh dari Perilaku Etis terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.

- b. Mengetahui signifikansi pengaruh dari Pemahaman Relasional terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.
- c. Mengetahui signifikansi pengaruh dari Harga terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.
- d. Mengetahui signifikansi secara bersama-sama pengaruh dari Perilaku Etis, Pemahaman Relasional, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian rumah melalui agen properti *Ray White* kawasan Surabaya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dari tujuan penelitian, maka akan dapat bermanfaat bagi :

- a. Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan penerapan aplikasi dari materi-materi yang telah diperoleh selama perkuliahan berlangsung. Selain itu, dapat menjadi penambahan ilmu untuk masa mendatang terutama pada bidang Manajemen Pemasaran.

- b. Pihak *marketing* Agen Properti *Ray White* Kawasan Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak *marketing* agar mendapat keuntungan yang diharapkan dan terus dapat meningkatkan Keputusan Pembelian melalui tenaga penjual, yang di mana tenaga penjual memiliki peranan penting sebagai penghubung antara pihak *marketing* agen properti dengan calon pembeli yang dibutuhkan.

- c. Peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan terutama pada bidang Manajemen Pemasaran.

d. STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi kepustakaan, sehingga dapat menjadi pembanding bagi mahasiswa/i dalam menyusun penelitian yang akan diteliti.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan proposal skripsi ini dan untuk memperjelas maksud dan tujuannya, maka sistematika penulisan proposal skripsi ini dapat melalui tahapan yang selanjutnya akan dijelaskan dalam beberapa bab yaitu sebagai berikut :

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang sedang diteliti antara lain teori tentang Keputusan Pembelian yaitu : Perilaku Etis, Pemahaman Relasional, dan Harga yang digabungkan dengan interaksi antara penjual dan calon pembeli, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan

### BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang berisi hasil akhir dari analisis data, keterbatasan penelitian, dan saran bagi pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

