



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

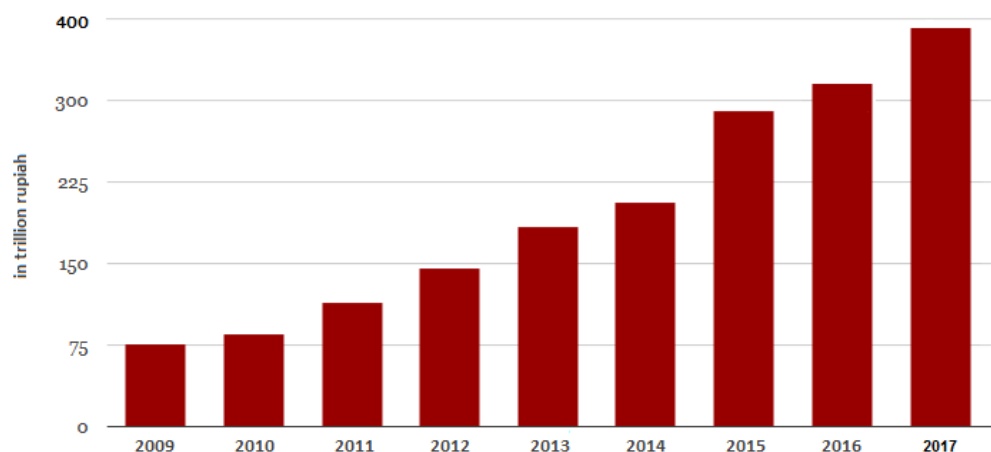
Perkembangan *property* di era baru Indonesia sekarang ini sudah mulai meluas. *Property* merupakan sebuah bisnis, dan bentuk utama dari *property* ini dapat disebut dengan *real property* seperti tanah, kekayaan pribadi (personal property), kepemilikan barang secara fisik dan kekayaan intelektual. *Property* sendiri memiliki fisik yang berbeda-beda, sebagian bentuk properti adalah sebuah apartemen yang telah berkembang pesat berkat infrastruktur Indonesia yang semakin berkembang per tahunnya. Perkembangan infrastruktur pada negara berkembang, adalah sebuah hal yang pasti. Perkembangan suatu negara tidak hanya dilihat dari perkembangan ekonominya tapi juga bisa dilihat dari perkembangan infrastrukturnya.

Besarnya permbangunan infrastruktur identik dengan pemerintahan kabinet kerja yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla. Presiden Joko Widodo telah membangun infrastruktur, terutama jalan tol, jauh lebih banyak dibandingkan presiden sebelumnya. Sejak Oktober 2014 hingga Oktober 2018, kementerian PUPR sukses membangun 3.3432 kilometer (km) jalan arteri baru. (Banjarnahor, 2018)

Dalam *Global Competitiveness Report 2015-2016*, yang disusun oleh lembaga *World Economic Forum* (WEF), Indonesia menempati urutan ke-62 dari 140 negara dalam hal pembangunan infrastruktur, peringkat yang bertahan di standar rata-rata, namun justru menyebabkan beberapa masalah besar dalam

perekonomian Indonesia. Ketika keadaan infrastruktur di sebah negeri melemah, itu berarti bahwa perekonomian negara berjalan dengan cara yang sangat tidak efisien. biaya logistik yang sangat tinggi, berujung pada perusahaan dan bisnis yang kekurangan daya saing dikarenakan biaya bisnis yang tinggi. Tidak hanya itu, adanya adegan ketidakadilan sosial seperti sulit bagi sebagian penduduk untuk berkunjung ke fasilitas kesehatan atau susahya anak-anak pergi ke sekolah karena perjalanannya terlalu susah atau mahal. (IndonesiaInvestments, 2017)

Sejak pemerintah Orde Baru yang otoriter di bawah kepemimpinan Suharto diganti dengan era reformasi pada akhir 1990, pengembangan infrastruktur di Indonesia tidak sejalan dengan kecepatan pertumbuhan ekonomi yang kuat -- yang terjadi setelah pemulihan dari krisis keuangan Asia di tengah *commodities boom* yang sangat menguntungkan Indonesia pada tahun 2000. Akibat kurangnya infrastruktur, pertumbuhan ekonomi Indonesia gagal mencapai potensi penuh.



Sumber: [indonesiainvestments.com](http://indonesiainvestments.com)

**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Alokasi Belanja Infrastruktur (2009-2017)**

Tetapi, kurangnya infrastruktur tersebut telah di tutupi pada tahun 2009. Berdasarkan data pada gambar 1.1, jumlah perkembangan alokasi belanja infrastruktur pemerintah Indonesia pada tahun 2009 hanya sebesar 75 triliun rupiah, tapi pada tahun 2017 telah mencapai 300 triliun rupiah. Pesatnya perkembangan infrastruktur di Indonesia ini telah memberikan dorongan untuk dunia properti menjadi luas juga (Indonesia Investments, 2017). Dari perkembangan tersebut, apartemen menjadi salah satu properti yang berkembang pesat. Apartemen adalah bangunan yang dipisahkan secara horizontal untuk memberikan penghuni untuk tinggal di satu ruangan dan dapat memenuhi kebutuhan pada satu lantai saja (Neufert, 1980).

Perkembangan apartemen di Indonesia telah meluas. Hal tersebut dapat dilihat dengan terbangunnya berbagai banyak macam perumahan dan gedung apartemen di tahun 2019. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan laporan Colliers Internasional Indonesia dengan jumlah 17.524 unit apartemen di Jakarta dengan rata-rata tingkat serapan hunian apartemen hanya 86,9% di 2018 dan Senior Associate Director Research Colliers, Bapak Ferry Salanto menyatakan, di 2019 pasokan apartemen mencapai 20.150 unit dengan permintaan hanya berkisar 85%-86%, hal tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2019 terjadi peningkatan pasokan apartemen. (Yohana, 2019)

<b>1</b>	<b>JAKARTA</b>	<b>0.74</b>	<b>0.03</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.11</b>	<b>-0.73</b>	<b>1.42</b>	<b>0.02</b>	<b>0.03</b>	<b>0.02</b>
	Perkantoran	5.98	0.00	0.05	0.06	0.18	0.06	4.04	0.07	0.21	0.02
	Perkantoran Sewa	0.05	0.11	0.15	0.06	0.58	0.32	1.30	-0.06	0.95	0.57
	Perkantoran Jual	6.19	0.00	0.05	0.06	0.17	0.05	4.12	0.08	0.19	0.00
	Ritel	0.01	0.02	0.03	-0.01	-0.01	0.06	0.01	0.00	0.00	0.00
	Ritel Sewa	-0.10	0.40	1.08	-0.99	-0.53	0.05	0.75	-0.11	-0.17	0.13
	Ritel Jual	0.01	0.01	0.02	0.01	0.00	0.06	0.00	0.00	0.00	0.00
	Apartemen	1.32	-1.35	1.14	-3.89	-0.16	0.10	-0.61	-2.09	-2.15	2.33
	Apartemen Sewa	1.32	-1.35	1.14	-3.89	-0.16	0.10	-0.61	-2.09	-2.15	2.33
	Hotel	-8.55	7.29	3.33	-7.43	6.22	-3.79	10.68	1.23	-9.07	-7.58
	Lahan Industri	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Convention Hall	-36.33	6.87	12.80	-2.81	-19.87	1.58	7.48	12.41	-21.13	-8.48
	Warehouse Complex	0.01	0.01	0.05	0.10	0.22	-2.18	2.24	0.05	0.08	0.09
<b>2</b>	<b>BODEBEK</b>	<b>0.00</b>	<b>0.04</b>	<b>0.01</b>	<b>0.08</b>	<b>0.04</b>	<b>0.00</b>	<b>0.02</b>	<b>0.10</b>	<b>0.07</b>	<b>0.14</b>
	Ritel	0.00	0.42	0.00	0.00	0.03	0.00	0.05	0.07	0.01	0.08
	Ritel Sewa	-0.09	0.03	0.04	-0.04	1.48	0.22	2.24	3.06	0.33	3.26
	Ritel Jual	0.00	0.43	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Hotel	-12.70	12.63	8.14	5.75	4.27	-6.23	9.92	1.78	-10.59	-6.71
	Lahan Industri	0.00	0.06	0.03	0.17	0.08	0.00	0.04	0.21	0.17	0.27
	Warehouse Complex	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03
<b>3</b>	<b>BANTEN</b>	<b>-0.01</b>	<b>0.02</b>	<b>0.07</b>	<b>0.10</b>	<b>2.20</b>	<b>0.73</b>	<b>0.00</b>	<b>2.80</b>	<b>0.22</b>	<b>0.79</b>
	Ritel	0.01	0.11	0.00	0.08	0.04	0.19	0.00	0.01	0.00	0.01
	Ritel Sewa	0.28	0.42	0.07	0.41	0.05	5.66	0.05	0.15	-0.09	0.15
	Ritel Jual	0.00	0.10	0.00	0.07	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Hotel	-9.58	9.89	3.21	-3.53	0.55	-1.94	0.57	-6.44	-9.74	-4.58
	Lahan Industri	0.00	0.00	0.07	0.10	2.41	0.78	0.00	2.96	0.24	0.84

Sumber: bi.go.id

### Gambar 1.2 Pertumbuhan Triwulan Indeks Demand/Hunian Properti Komersial

Berdasarkan data pada gambar 1.2 diatas, pertumbuhan *demand property* komersial pada triwulan II 2019 sedikit menguat, hal tersebut dapat dilihat dengan *demand property* Banten yang telah meningkat sebesar 0,57% pada triwulan II 2019 sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan 0,22% (qtq) pada triwulan sebelumnya. Pertumbuhan *property* komersial tersebut didorong oleh kenaikan permintaan sewa apartemen sebesar 2,42% (qtq) yang telah terjadi di Jakarta, Denpasar dan Surabaya.

Berdasarkan indopress, tinggal di hunian bertingkat dengan menunjukan fasilitas kelas satu tentu menjadi idaman bagi banyak orang. Apartemen juga dianggap sebagai investasi di mata banyak orang. Tetapi, tidak semua pengalaman penghuni apartemen memiliki pemikiran yang sama. Pengalaman orang dapat memperlihatkan berbagai macam masalah pada apartemen.

Terdapat beberapa masalah pada apartemen seperti, penggelembungan tarif air dan listrik di Apartemen Kalibata. Sekitar 13 warga Kalibata City menggugat pengembang dan pengelola apartemen Kalibata City. Pasalnya, tagihan listrik dan air hunian tidak sesuai dengan aturan. Warga memprotes dengan cara tidak membayar biaya pengelolaan lingkungan mengalami pemutusan listrik (Wenwen, 2017).

Terdapat kriminalisasi dan sertifikat tanda kepemilikan apartemen Green Pramuka City yang tidak beres di karenakan pengembang apartemen Green Pramuka City menyerahkan Akta Jual Beli (AJB) dan Sertifikat Hak Milik atas Satuan Rumah Susun (SHMSRS). Padahal, penghuni Green Pramuka telah melunasi pembelian unit. Selain itu, lahan parkir Green Pramuka dikomersialkan. Padahal menurut Undang-Undang Rumah Susu, lahan parkir merupakan lahan milik bersama (Atika, 2017)

Keluhan juga terjadi pada apartemen di Jakarta Selatan yaitu Lavande Residence. Keluhan tersebut berupa tertutupnya pihak pengelola terhadap pengelolaan keuangan di apartemen Lavande. Ketika ingin melakukan aktivitas listrik mati dan air pun dapat mati. Bahkan, ada penghuni yang menyebut diancam akan dilaporkan ke polisi karena protes kebijakan-kebijakan pengelola (Nairufal, 2019)

Memiliki banyak kelebihan diantaranya seperti lokasi yang strategis dan fasilitas jadi prioritas memanjakan bagi setiap penghuni apartemen. hunian vertikal yang bukan seperti hunian biasa tetapi terdapat alokasi biaya lain yang wajib disiapkan ketika membeli apartemen. kelebihan itulah yang membuat banyak orang tertarik untuk membeli apartemen.( Inapex, 2018)

Igad Permana, selaku Vice President PT Adhouse Clarion Events mengatakan bahwa laju pertumbuhan penduduk Indonesia yang tinggi sangat berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan hunian. Persoalan ini memicu terjadinya backlog penyediaan beragam jenis produk real estate nasional, khususnya di kota-kota besar. Menurut Sales Manager PT Hong Kong Kingland Avenue, apartemen-apartemen yang telah berdiri telah menjadi saingan untuk bisnis properti baru yang berdiri. Persaingan tersebut juga disebut sebagai tantangan untuk apartemen.

Persaingan antara apartemen mengundang tantangan untuk apartemen-apartemen yang belum terkenal, terutama apartemen yang belum kelar masa pembangunannya. Berikut adalah apartemen-apartemen di daerah Tangerang.

PROJECT NAME	Disctrict	City
Skandinavia	Cikokol	Tangerang Kota
Ayodhya Residences	Cikokol	Tangerang Kota
Treepark - Monstera	Cikokol	Tangerang Kota
The Lana	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Upper West	BSD	Tangerang Selatan
Sky House Alam Sutera	Alam Sutera	Tangerang Selatan
B-Residences	BSD	Tangerang Selatan
Pacific Garden	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Burj Milenia	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Silkwood	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Brooklyn	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Collins	Serpong	Tangerang Selatan
Saumata (1,2,3)	Alam Sutera	Tangerang Selatan
M-Town (Signature and Residence)	Serpong	Tangerang Selatan
Lloyd	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Paddington Heights	Alam Sutera	Tangerang Selatan
The Smith	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Yukata	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Cambio Loft	Alam Sutera	Tangerang Selatan
10nz	Alam Sutera	Tangerang Selatan
Silktown	Pondok Jagung	Tangerang Selatan
Rainbow Spring Houses	Pagedangan	Tangerang Banten

Sumber: PT HongKong Kingland Market Competitor

### Gambar 1.3 Daftar Apartemen Tangerang

Berdasarkan daftar apartemen-apartemen yang terdapat di Tangerang dapat dilihat bahwa terdapat berbagai macam apartemen yang didirikan. Menurut Sales Manager PT Hong Kong Kingland terdapat banyak tantangan untuk Apartemen dalam hal penjualan yaitu properti bisnis sedang dalam tahap resesi (menurun) sejak tahun 2017. Terutama apartemen yang berdiri pada saat tahap resesi tersebut akan sulit untuk melakukan penjualan, seperti PT Hong Kong Kingland yang merupakan apartemen pertama dengan tema Eropa Timur yang menggunakan projek mixed



used dimana apartemen tersebut terdapat mall, office dan semua fasilitas yang dapat menguntungkan penghuni.



# KINGLAND AVENUE

## RESIDENCES AT ALAM SUTERA

Sumber : [kinglandavenue-serpong.com](http://kinglandavenue-serpong.com)

### **Gambar 1.4 Logo PT Hong Kong Kingland Avenue**

Kingland Avenue merupakan apartemen yang dibangun kerja sama antara pengembang dari Hongkong yang diwakili oleh PT.Hongkong Kingland, sedang dari Indonesia diwakili Alfaland Group (PT. Perkasa Internusa Mandiri) serta pemasok material untuk pembangunan ini yaitu PT. Growth Asia merupakan supplier besi yang beroperasi di seluruh dunia. Mereka bergabung untuk membangun apartemen bukan hanya layak huni tapi memenuhi segala persyaratan sebagai apartemen yang nyaman, berkualitas dan berkelas serta menjadikan Kingland Avenue apartemen loft pertama di kawasan Alam Sutera.

Dengan memilih konsep “*Smart Loft Smart Living*”, Kingland ingin memperkenalkan sebuah hunian vertikal yang layak disebut “*fine living*” yang sudah melewati analisis dan pengalaman yang tidak hanya membangun namun juga

tinggal di apartemen. Semua unit yang dibangun di Kingland Avenue Serpong adalah bertipe LOFT atau 2 lantai, dengan tinggi ceiling mencapai 5 meter.

Menurut Sales Manager PT Hong Kong Kingland, Bapak Rymond Santoso, apartemen dipasarkan pada tahap resesi, yaitu pada saat bisnis properti menurun pada tahun 2017. Setelah munculnya Kingland Avenue, mulai muncul juga developer lain dari luar negeri, seperti The Lana, Pacific Garden dan Sky House. Tidak hanya pada saat tahap resesi, tapi untuk bisnis properti baru seperti PT Hong Kong Kingland Avenue, *developer* baru yang berpengaruh penting untuk sebuah bisnis properti. *Developer* baru butuh memupuk kepercayaan untuk konsumen, memupuk kepercayaan tersebut akan dapat membantu tim *Sales* dalam melakukan penjualan.

Berdasarkan Sales Manager PT Hong Kong Kingland, penjualan PT Hong Kong Kingland mengalami masa naik turun. Untuk saat ini posisi apartemen yang sedang dalam masa pembangunan adalah apartemen Fritz dalam persaingan tinggi dan segi ekonomi yang sedang tidak bagus telah membuat apartemen *struggle*. , apartemen tersebut memiliki 1042 unit yang sudah mulai dipasarkan sejak tahun 2018. Tabel 1.1 menunjukkan angka penjualan dari tahun 2018 dan 2019. Totalnya adalah 172 unit seperti ditunjukkan pada tabel 1.1.

Bulan	Tahun	
	Unit Sold 2018	Unit Sold 2019
Januari-Maret	31	26
April – Juni	45	8
Juli – September	40	17
October – December	3	2
Total	119	53

Sumber: Data PT Hong Kong Kingland (2018 & 2019)

**Tabel 1.1 Data Penjualan Apartemen Fritz & Venetian Kingland**

Hal ini menunjukkan bahwa target penjualan dari apartemen tersebut belum tercapai. Berdasarkan informasi dari sales manager PT Hong Kong Kingland, bahwa target penjualan apartemen harusnya dicapai dalam jangka waktu setahun adalah 180.000.000.000 dalam total revenue.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keinginan untuk membeli konsumen properti PT Hong Kong Kingland Avenue di Indonesia dengan melihat faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memiliki keinginan untuk membeli unit dari PT Hong Kong Kingland Avenue di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, perkembangan property di era baru Indonesia sudah meluas ini membuat setiap orang tertarik untuk membeli *property*. Apartemen menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia

untuk tinggal. Banyak pihak yang mulai membangun apartemen untuk memberikan fasilitas berinvestasi dan tempat tinggal. Salah satunya apartemen baru yang nyaman dan memiliki berbagai macam tipe unit yang di buat untuk tinggal, yaitu Kingland Avenue. Kingland Avenue merupakan apartemen yang sangat terkenal di China masih sangat kurang di kenal di Indonesia dan belum mencapai target yang diinginkan.

Dari hal tersebut pihak yang membangun apartemen harus mengetahui perilaku konsumen di zaman sekarang ini, terkait dengan hal-hal apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat agar mempunyai keinginan untuk membeli (*purchase intention*) Apartemen tersebut. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Model ini cocok dan sangat tepat untuk mempelajari faktor apa saja yang mempengaruhi keinginan untuk membeli (*purchase intentions*) property karena teori ini telah banyak digunakan oleh berbagai peneliti dalam menjelaskan *human behavior* berpengaruh terhadap keinginan untuk membeli properti (Yoke *et al*, 2018). Model *Theory of Planned Behavior* (TPB) memiliki variabel-variabel yaitu pengaruh *attitude toward the behavior* terhadap *intention*, *subjective norm* terhadap *intention*, *perceived behavior control* terhadap *intention*, *perceived behavior control* terhadap *behavior* dan *intention* terhadap *behavior*. Penelitian ini ingin mengkaji faktor-faktor apa saja yang akan memberikan manfaat pada *buying intention* pada apartemen, dimana atribut-atribut dari apartemen akan mempengaruhi perilaku konsumen dan perilaku konsumen akan mempengaruhi keinginan untuk membeli. Yoke *et al* (2018), telah mengembangkan dan memodifikasi teori TPB menjadi enam atribut. Atribut-atribut tersebut adalah *Attitude*, *subjective norm*, *perceived behavior control*, *location*

*factor, living space* dan *financial factor*. Enam atribut yang dimiliki apartemen tersebut akan mempengaruhi *purchase intention*.

*Attitude* merupakan sebuah emosi atau keadaan seseorang dimana kita menyukai atau tidak menyukai keadaan yang sedang terjadi. Menurut Schiffman dan Wisenbelit (2015) *attitude* adalah sebuah sikap yang diambil ketika seseorang diberikan situasi yang diinginkan atau tidak diinginkan terhadap suatu objek tertentu. Sikap apa yang akan di terima oleh konsumen setelah mengetahui produk yang dipasarkan, sikap tersebut dapat memberikan sikap yang dapat di terima maupun tidak diterima. Keadaan psikologis yang membuat seseorang merespon hal yang disukainya atau yang tidak disukainya terhadap objek atau keadaan yang sedang terjadi (Ajzen and Gilbert, 2008). Dalam penelitian Al-Nahdi *et al* (2015), penelitian tersebut menjelaskan bahwa *attitude* adalah salah satu determinan yang memberikan pengaruh sikap seorang individual dalam melakukan *purchase intention*.

*Subjective norm* adalah sebuah kepercayaan yang mempengaruhi individu dengan anggota keluarganya agar keluarganya percaya akan kepercayaan dari individu tersebut dalam melakukan keinginan terhadap sesuatu (Rivis and Sheeran, 2003). Sedangkan menurut Ajzen (1991) *subjective norm* merupakan sebuah gerakan individu yang dapat memberikan keinginan individu tersebut untuk memberikan atau tidak memberikan tekanan terhadap target dari perilakunya. Sangkakoon *et al.* (2014) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *subjective norm* dengan *purchase intention*.

*Perceived behavior control* dapat digambarkan dengan sebuah persepsi keputusan individu yang kuat setelah memikirkan dan mengendalikan pikiran

individu dalam keinginan untuk melakukan tindakan yang tepat (Han dan Kim, 2010). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Omar *et al.* (2012), dalam penelitiannya dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dari *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention*.

*Location Factor* adalah sebuah faktor yang paling penting dalam pemilihan sebuah apartemen. Menurut Nasar dan Manoj (2015) lokasi merupakan sebuah faktor terpenting ketiga setelah faktor harga dan kualitas. Lokasi adalah sebuah tempat yang dapat menghubungkan akses ke tempat yang diinginkan menjadi lebih mudah. Menurut Nasar dan Manoj (2015), *location factor* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*, dimana lokasi tersebut berhubungan dengan servis yang ada untuk pelanggan.

*Living Space* menurut Zeng (2013) adalah sebuah atribut dari hunian properti yang terdiri dari kamar tidur, ruang keluarga, ruang makan dan kamar mandi. Jumlah dari kamar dan ruangan tersebut mempengaruhi kepuasan penghuni atas tempat yang ditinggali. Menurut Zadkarim dan Emari (2011) dikatakan bahwa *living space* memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* konsumen karena *living space* merupakan faktor utama dalam memutuskan keputusan dalam membeli sebuah residensial.

Berdasarkan Saw dan Tan (2014) *Financial factor* adalah beberapa faktor finansial yang meliputi tingkat suku bunga, pendapatan, harga rumah, dan kemampuan untuk pendanaan properti. *Financial factor* merupakan faktor penting untuk melakukan sebuah pembelian. Menurut Reed dan Mills (2007) *financial factor* memiliki hampir 30 persen dari seluruh varian dari harga, bunga dan deposit hunian tempat tinggal. Berdasarkan Abdullah *et al* (2012) *financial factor* memiliki

pengaruh positif terhadap *purchase intention*, hal tersebut dilihat pada penelitiannya dimana *financial factor* berada di peringkat ke dua setelah *location factor* dalam mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan kepemilikan residensial di Malaysia.

*Purchase Intention* adalah sebuah kemungkinan dari pembeli atau konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa di kedepannya (Wu *et al.*, 2011). Menurut Han dan Kim (2010) keinginan untuk membeli memiliki berbagai macam faktor yang berbeda dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang berbeda.

Berdasarkan analisa dan fenomena penelitian yang telah di jabarkan di atas, penulis ingin mencari tahu jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan apartemen yang berada di Tangerang Selatan, terutama pada PT Hong Kong Kingland Avenue. Oleh karena itu penulis akan memberikan pertanyaan sesuai dengan hipotesis di bawah ini:

1. Apakah *attitude* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*?
2. Apakah *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*?
3. Apakah *perceived behavior control* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*?
4. Apakah *location factor* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*?
5. Apakah *living space* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*?
6. Apakah *financial factor* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *attitude* terhadap *purchase intention*
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *subjective norm* terhadap *purchase intention*
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *perceived behavior control* terhadap *purchase intention*
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *location factor* terhadap *purchase intention*
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *living space* terhadap *purchase intention*
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *financial factor* terhadap *purchase intention*

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian agar dapat berfokuskan kepada masalah dan tujuan penelitian yang telah dijabarkan oleh penulis. Batasan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian menggunakan tujuh variabel, yaitu *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavior control*, *location factor*, *living space*, *financial factor* dan *purchase intention*.
2. Responden pada penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui apartemen Kingland melalui orang-orang dekat disekitarnya, pernah mencari informasi tentang apartemen Kingland dalam 6 bulan terakhir dan memiliki tempat tinggal serta sedang mencari apartemen Kingland untuk tinggal, berumur 25-55 tahun yang sedang bekerja dan telah menikah beserta memiliki anak, belum



pernah membeli unit pada apartemen Hong Kong Kingland dan keluarga mengetahui rencana untuk membeli apartemen Kingland.

3. Penyebaran kuisioner dilakukan secara *offline* dan *online*, dimana penyebaran *offline* dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara langsung. Sedangkan penyebaran secara *online* disebarkan melalui *online questionnaire*

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Penulis harap penelitian ini secara akademis dapat berguna pada dunia pendidikan, khususnya untuk menganalisa dan *mempelajari theory of planned behavior* (TPB). Penulis juga harap penelitian ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dengan penelitian ini penulis harap perusahaan yang bergerak di bidang property dapat mengetahui terkait dalam penjualan dan strategi pemasaran yang dapat mengembangkan perusahaan dalam berbisnis di zaman ini.

## **1.6 Sistematika penulisan**

### **BAB I: Pendahuluan**

BAB I penelitian penulis berisikan tentang latar belakang sejarah singkat perkembangan infrastuktur yang telah terjadi, kemudian dilanjutkan dengan perkembangan properti dan permintaan apartemen di Indonesia, lalu membahas tentang properti apartemen Hong Kong Kingland di dalam dunia bisnis properti dan juga sejarah singkat dari perusahaannya, dalam BAB I penelitian juga terdapat rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II: Landasan Teori

BAB II berisikan teori-teori yang digunakan di dalam penelitian ini, serta definisi dari berbagai macam ahli dan jurnal untuk mengukur variabel-variabel di dalam penelitian yang berisikan; *attitude, subjective norm, perceived behavior control, location factor, living space, financial factor* dan *purchase intention*.

## BAB III: Metodologi Penelitian

BAB III dari penelitian adalah gambaran objek penelitian yang menjelaskan desain dari penelitian, identifikasi variabel penelitian, tabel operasional dan teknik yang digunakan oleh penulis penelitian dalam menganalisa data yang telah ada.

## BAB IV: Analisis dan Pembahasan

BAB IV penelitian yang peneliti teliti membahas hasil dari penelitian yang dilakukan. Pembahasan yang dilakukan adalah melalui hasil pengolahan data dari hasil survei yang dilakukan peneliti sebagai acuan, analisis serta implikasi yang dapat digunakan oleh perusahaan.

## BAB V: Kesimpulan dan Saran

BAB V penelitian berisikan kesimpulan dan saran dari penulis melalui penelitian dan analisa yang telah dilakukan peneliti untuk PT Hong Kong Kingland.