

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang**

Kepercayaan mistis adalah gagasan bahwa suatu peristiwa dipengaruhi oleh perilaku tertentu tanpa hubungan yang logis. Tujuan dari perilaku ini adalah untuk menarik nasib baik atau menghalangi nasib buruk. Orang dan budaya yang berbeda akan melihat kepercayaan mistis tersebut dengan cara yang berbeda pula. Dalam dunia bisnis, perusahaan juga mempertimbangkan aspek mistis dan mengembangkan pemahaman tentang praktik mistis di negara-negara dimana mereka beroperasi. Secara praktis tidak mungkin menemukan komunitas manusia tanpa jejak mistis. Sebenarnya mistis adalah salah satu sifat yang dimiliki bersama dari spesies manusia. Kepercayaan mistis harus dilihat sebagai bagian dari cerita rakyat masyarakat tertentu atau kadang-kadang sebagai bagian terhormat dari warisan budaya. (Poulston & Bennett, 2012).

Budaya adalah seperangkat keyakinan atau standar yang dibagi oleh sekelompok orang, yang membantu individu memutuskan sesuatu, apa yang harus mereka lakukan, dan bagaimana cara melakukan suatu hal (Goodenough, 1971 dalam Usunier dan Lee, 2005). Indonesia sendiri adalah negara yang memiliki beragam suku dan budaya dengan beragam kepercayaan mistis seperti mitos, legenda, dan hal mistis lainnya yang turut mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Beberapa contoh keyakinan yang berkembang di masyarakat yaitu tidak boleh duduk di depan pintu

karena akan sulit jodoh, tidak boleh membuka payung di dalam rumah karena akan membawa sial dan kepercayaan lainnya. Kepercayaan tentang sesuatu yang irasional tersebut bisa disebut dengan kepercayaan mistis. Kepercayaan mistis adalah keyakinan irasional bahwa suatu objek, tindakan, atau keadaan yang tidak terkait secara logis dengan suatu peristiwa dapat mempengaruhi hasilnya (Damisch *et al.*, 2010).

Sierra *et al.*, (2015) menjelaskan bahwa kepercayaan mistis dapat terlihat dari tujuh hal yaitu antropomorphisme, horoskop, kepercayaan mistis ekstrinsik, perilaku kepercayaan mistis, religiusitas, harga diri, dan kebahagiaan. Antropomorphisme adalah memahami karakteristik yang menyerupai manusia dalam objek bukan manusia (Epley *et al.*, 2008). Horoskop adalah sebuah cerita tentang langit (Beck, 2013). Kepercayaan mistis ekstrinsik adalah keberuntungan yang dipercaya melekat pada benda tertentu (Damisch *et al.*, 2010). Perilaku kepercayaan mistis adalah keyakinan bahwa perilaku atau tindakan tertentu dapat membawa keberuntungan (Damisch *et al.*, 2010). Religiusitas adalah mempraktikkan keyakinan dalam nilai agama yang spesifik (Essoo dan Dibb, 2004). Harga diri dapat didefinisikan sebagai kepercayaan, penyesuaian diri dan kepercayaan pada diri sendiri (Zhao *et al.*, 2017). Kebahagiaan dapat dijelaskan sebagai konstruksi berbasis sifat dan didefinisikan sebagai pengalaman pengaruh positif yang sering terjadi, kepuasan hidup yang tinggi (Lyubomirsky *et al.*, 2005).

Hasil penelitian Kramer dan Block (2007) menjelaskan bahwa kepercayaan mistis memiliki pengaruh yang kuat pada kepuasan produk dan keputusan yang dibuat berdasarkan risiko. Salah satu pengambilan keputusan yang dibuat dengan risiko adalah pembelian rumah karena membeli rumah menimbulkan banyak ketidakpastian (Agarwal *et al.*, 2016). Penelitian Fortin *et al.*, (2014) yang meneliti tentang kepercayaan mistis Cina pada pasar Amerika Utara yang memiliki populasi imigran yang tinggi menjelaskan bahwa rumah yang memiliki nomor alamat yang berakhir pada angka 4 dijual pada 2,2% diskon sedangkan rumah dengan nomor alamat yang memiliki akhiran angka 8 dijual pada 2,5% premium.

Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan mistis Cina mempengaruhi permintaan terhadap rumah dan pada akhirnya mempengaruhi harga karena rumah dengan alamat yang berakhir dengan angka 8 memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan rumah dengan nomor yang berakhir angka 4. Hal ini terjadi karena menurut kepercayaan Cina angka 4 memiliki makna yang buruk karena berarti kematian dan angka 8 mengindikasikan hal yang baik yaitu kesempurnaan.

Penelitian Agarwal *et al.*, (2016) juga membuktikan bahwa bagi orang tua, orang-orang yang menderita lebih banyak kecelakaan lalu lintas, dan orang-orang yang membeli apartemen baru memiliki preferensi yang lebih kuat untuk nomor alamat yang diyakini membawa keberuntungan. Beberapa penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada pengaruh kepercayaan mistis terhadap preferensi pembelian rumah yang tercermin pada keputusan pembelian.

Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengidentifikasi pengaruh kepercayaan mistis terhadap preferensi pembelian rumah di Indonesia karena peneliti belum menemukan penelitian serupa di Indonesia. Peneliti juga sangat tertarik terhadap topik ini karena penelitian-penelitian terdahulu melihat dari sudut pandang penjual atau pemasar rumah, dimana harga rumah dengan nomor tertentu bisa dijual dengan harga yang lebih mahal. Peneliti menduga bahwa perbedaan dari harga jual tersebut merupakan indikasi bahwa kepercayaan mistis berpengaruh pada preferensi pembelian rumah karena harga merupakan cerminan dari permintaan konsumen.

Perbedaan permintaan konsumen tersebut disebabkan oleh preferensi yang berbeda dari konsumen karena mereka memiliki kepercayaan mistis yang berbeda-beda pula. Hal tersebut yang semakin mendorong peneliti untuk mengembangkan penelitian sebelumnya namun dari sudut pandang konsumen sehingga penelitian ini bisa menjadi semakin menarik karena peneliti belum menemukan penelitian yang serupa.

Selain itu, indikasi bahwa kepercayaan mistis mempengaruhi preferensi pembelian rumah juga dapat terlihat pada banyaknya penelitian yang membahas tentang pengaruh feng shui terhadap rumah baik dari segi harga, perilaku konsumen dan sebagainya. Hasil penelitian Wu *et al.*, (2009) yang meneliti tentang pengaruh feng shui dalam perkiraan harga untuk *real estate* menunjukkan bahwa feng shui memiliki hubungan erat dengan harga rumah di gedung Cina. Selanjutnya, prediksi sistem harga *real estate* dengan faktor feng shui memiliki beberapa keunggulan untuk

penjual dan pembeli. Feng shui dapat memberikan beberapa saran tentang kondisi rumah untuk pembeli. Feng shui juga dapat membantu untuk memilih rumah-rumah yang buruk yang akan membahayakan kesehatan orang dan dapat menentukan harga yang lebih masuk akal.

Hasil penelitian Kong dan Chiong (2005) menjelaskan bahwa berdasarkan survei kuesioner yang dibagikan kepada calon pembeli yang mengunjungi kantor pameran selama peluncuran pembangunan perumahan baru, jelas menunjukkan bahwa calon pembeli menggunakan feng shui untuk membantu seseorang dalam mencari rumah pilihan. Meskipun mereka tidak memiliki pengetahuan arsitektur namun calon pembeli menggunakan feng shui untuk membantu seseorang dalam mencari rumah pilihan. Hal ini terjadi karena feng shui yang baik identik dengan arsitektur yang baik.

Penelitian Chia *et al.*, (2016) menguji pengaruh atribut perumahan pada niat pembelian rumah. Berdasarkan 235 responden dewasa yang bekerja, temuan menunjukkan bahwa fitur rumah, pembiayaan, jarak, lingkungan dan takhayul memiliki hubungan positif yang signifikan dengan niat pembelian rumah. Berdasarkan hal-hal tersebut maka dapat diasumsikan bahwa kepercayaan mistis akan mempengaruhi preferensi pembelian rumah. Hasil penelitian tersebut semakin menambah ketertarikan peneliti untuk membuktikan pengaruh kepercayaan mistis pada preferensi pembelian rumah dengan mengambil responden di Indonesia.

## 1.2. Rumusan Masalah

Penelitian Chia *et al.*, (2016) menemukan bahwa fitur rumah, pembiayaan, jarak rumah, lingkungan serta mistis memiliki hubungan yang positif signifikan dengan niat pembelian rumah. Hanya saja, peneliti belum menemukan penelitian tentang pengaruh kepercayaan mistis pada preferensi pembelian rumah. Beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Fortin *et al.*, (2013), Agarwal *et al.*, (2014) dan Agarwal *et al.*, (2016) lebih banyak meneliti tentang pengaruh kepercayaan mistis pada harga. Hal tersebut memperkuat indikasi bahwa kepercayaan mistis mempengaruhi preferensi pembelian rumah karena harga mencerminkan permintaan dari konsumen sehingga perubahan harga tersebut mengindikasikan adanya preferensi yang berbeda dari konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah antropomorphisme berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?
2. Apakah horoskop berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?
3. Apakah kepercayaan mistis ekstrinsik berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?
4. Apakah perilaku kepercayaan mistis berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?
5. Apakah religiusitas berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?
6. Apakah harga diri berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?
7. Apakah kebahagiaan berpengaruh pada preferensi pembelian rumah?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh antropomorphisme pada preferensi pembelian rumah
2. Menganalisis pengaruh horoskop pada preferensi pembelian rumah
3. Menganalisis pengaruh kepercayaan mistis ekstrinsik pada preferensi pembelian rumah
4. Menganalisis pengaruh perilaku kepercayaan mistis pada preferensi pembelian rumah
5. Menganalisis pengaruh religiusitas pada preferensi pembelian rumah
6. Menganalisis pengaruh harga diri pada preferensi pembelian rumah
7. Menganalisis pengaruh kebahagiaan pada preferensi pembelian rumah

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah manfaat praktis yaitu dapat memberikan masukan bagi pembaca sebagai bahan referensi untuk menganalisis perilaku konsumen yang percaya terhadap mistis dalam hal preferensi pembelian rumah.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada tesis ini adalah sebagai berikut:

#### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **Bab II : Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Bab ini berisikan tentang uraian teoritis yang digunakan sebagai dasar teori yang mendukung penelitian ini yaitu mengenai kepercayaan mistis, preferensi pembelian rumah, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

## **Bab III : Metodologi Penelitian**

Bab ini berisikan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari populasi dan metode sampling, instrumen penelitian, definisi operasional dan teknik analisis data.

## **Bab IV : Analisis Data**

Bab ini membahas mengenai analisis serta pengujian terhadap jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan dan hasil yang diperoleh dalam penelitian.

## **Bab V : Penutup**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang dapat diajukan sehubungan dengan permasalahan yang dibahas penulis.