

ABSTRAK

Pemakaman merupakan suatu kegiatan yang dilakukan saat mengebumikan orang terkasih kembali kepada Sang Pencipta. Taman Pemakaman Umum (TPU) di Indonesia seringkali dilihat sebagai tempat yang menyeramkan atau memiliki nilai-nilai mistis bagi beberapa orang tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesan yang ditimbulkan oleh TPU adalah tempat yang tidak teratur, kumuh, cenderung kotor, terlalu padat dan tidak terawat dengan baik. Peluang bisnis pemakaman serta layanannya ternyata dilihat oleh PT Lippo Karawaci Tbk. yang membangun sebuah taman pemakaman atau *memorial park* bernama San Diego Hills. Bertempat di area seluas 500 hektar di Karawang, San Diego Hills memiliki berbagai produk kavling makam yang dapat disesuaikan dengan tata cara pemakaman dari berbagai agama yang diakui di Indonesia. San Diego Hills juga dikenal sebagai pemakaman mewah karena memasarkan satu kavling makam mulai dari Rp38.000.000 hingga miliaran rupiah. Bisnis ini cukup menarik perhatian dari konsumen dengan latar belakang agama yang berbeda-beda, seperti Islam, Kristen, Katolik dan Buddha serta etnis Tionghoa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai fungsional, nilai emosional, nilai spiritual dan nilai simbolis terhadap minat pembelian kavling makam di San Diego Hills.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terhadap 92 responden yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian atau memiliki ketertarikan pada kavling makam di San Diego Hills. Temuan pada analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden penelitian ini berasal dari profil agama dan etnis yang beragam. Dapat dikatakan bahwa San Diego Hills berhasil untuk menggaet konsumen dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda pada aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya nilai emosional yang memberikan pengaruh positif terhadap minat pembelian kavling makam di San Diego Hills.

Kata kunci: minat pembelian, rangkaian nilai-nilai, bisnis pemakaman mewah, San Diego Hills

ABSTRACT

Funeral is a ceremony to honor the loved one who passed away, involving burial to meet the Creator. Public Cemetery (TPU) in Indonesia is often seen as a creepy place, or even considered to have mystical value for some. Such impression might come because the TPU is usually not well organized, shabby, dirty, overcrowded and not well maintained. PT Lippo Karawaci Tbk actually saw this as funeral business opportunity; it built a funeral park or memorial park called San Diego Hills. Located on a 500 hectares of land in Karawang, San Diego Hills has a variety of grave plots that can be adjusted to each burial procedures of various recognized religions in Indonesia. San Diego Hills is also known as a luxury cemetery because it sells a single grave plot from Rp38,000,000 to billions of rupiah. This business has been quite attractive to customers with different religious backgrounds, such as Islam, Christianity, Catholicism and Buddhism, even ethnic Chinese. This study aims to determine the influence of functional, emotional, spiritual and symbolic value on the purchase intention of grave plots in San Diego Hills.

The data was collected by using a questionnaire to 92 respondent customers, who have made a purchase or have an interest in the grave plots in San Diego Hills. The findings in the descriptive analysis indicated that the respondents of this study come from various religious and ethnic profiles. It can be said that San Diego Hills is successful in attracting customers from many different backgrounds. Furthermore, the data analysis was done using multiple linear regression analysis in the SPSS application. The results showed that only the emotional value gave positive influence on the purchase intention of grave plots in San Diego Hills.

Keywords: purchase intention, value creation framework, luxury cemetery business, San Diego Hills