

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di Indonesia, banyak ditemukan pelajar yang setelah lulus dari SMA, SMK, atau yang sederajat melanjutkan pendidikannya di luar kota, bahkan ada yang di luar provinsi ataupun luar pulau. Pilihan untuk melanjutkan studi di luar daerah berdasarkan beberapa alasan, antara lain karena fakultas/jurusan yang diinginkan dan sesuai dengan minat dan bakat tidak terdapat di daerah asal, ataupun karena beasiswa yang diterima mengharuskan untuk melanjutkan studi di universitas yang ditentukan oleh penyedia beasiswa. Oleh karena itu, meninggalkan daerah atau kota kelahiran dan menetap di daerah atau kota tempat universitas yang diinginkan berada harus menjadi pilihan.

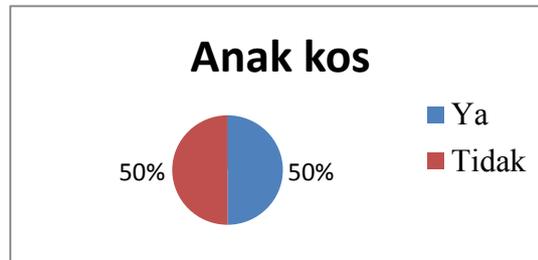
Ketika calon mahasiswa berpindah dari daerah asal ke daerah atau kota dimana pilihan universitasnya berada maka perlu adanya pemenuhan kebutuhan lain yang terkait dengan pendidikan, seperti kebutuhan akan tempat tinggal bagi mahasiswa yang berasal dari luar daerah. Terdapat beragam jenis bangunan yang disewakan untuk mahasiswa, seperti rumah kontrakan, asrama, dan rumah indekos. maka penulis akhirnya berniat untuk melakukan prasurvei kepada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan yang tinggal di indekos, kontrakan dan dirumah keluarga. adapun hasil prasurvei disajikan sebagai berikut. Survei diberikan atau dilaksanakan pada 100 mahasiswa Universitas HKBP Nommensen, dimana dari 100 Mahasiswa tersebut yang merespon 87 orang. Dan dianggap sudah mewakili seluruh mahasiswa.

Berdasarkan prasurvei terhadap Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan yang tinggal di indekos, kontrakan dan di rumah keluarga. Hasil dari survei tersebut dapat diperoleh informasi sebagai berikut :

1. Pertanyaan “apakah anda tinggal di indekos?”

Gambar 1.1

Hasil Prasurvei mahasiswa yang indekos

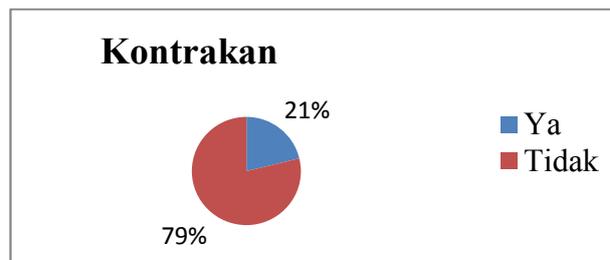


Berdasarkan hasil dari 87 responden dengan memberikan Pertanyaan “Apakah anda tinggal di indekos? hasil survei menunjukkan bahwa 40(50%) menjawab “Ya” karena mereka sedang tinggal di indekos. sedangkan 40 (50%) responden lainnya menjawab “Tidak” karena mereka tinggal dirumah keluarga dan rumah sendiri.

2. Pertanyaan “Apakah anda tinggal di kontrakan?”

Gambar 1.2

Hasil prasurvei Anak yang menggunakan jasa kontrakan

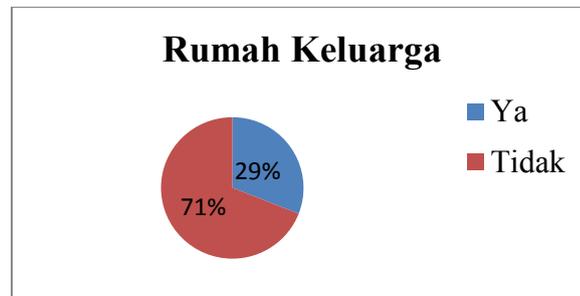


Hasil dari 87 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah anda tinggal di Kontrakan? hasil prasurvei menunjukkan bahwa 17 (21%) responden menjawab “Ya” karena mereka tinggal dikontrakan sedangkan 63 (79%) responden lainnya menjawab “Tidak” mereka tidak pernah tinggal di kontrakan.

2. Pertanyaan “Apakah anda tinggal dirumah keluarga?”

Gambar 1.3

Hasil Prasurvei Mahasiswa Nommensen yang tinggal di rumah keluarga



Berdasarkan hasil 87 responden dengan memberikan pertanyaan “Apakah Anda tinggal di Rumah Keluarga?” Hasil prasurvei menunjukkan bahwa 30 (29%) responden menjawab “Ya” Karena mereka tinggal di rumah keluarga mereka, sedangkan yang menjawab “Tidak” sekitar 67 (71%) Karena mereka tinggal di indekos dan tidak tinggal di rumah keluarga.

Dari ketiga jenis tempat tinggal yang ada, sebagian besar mahasiswa lebih memilih indekos dari pada mengontrak rumah atau tinggal dirumah keluarga. Dalam pemilihan tempat indekos mahasiswa memiliki kriteria yang berbeda-beda, ada yang menginginkan lokasinya dekat dengan kampus, ada yang menginginkan indekos dengan harga terjangkau dengan bayarnya perbulan atau pertahun, ada yang meginginkan indekos dengan fasilitas mewah dan kriteria yang lain. Area disekitar kampus yang beradius kurang dari satu kilometer, merupakan daerah-daerah yang menyediakan tempat indekos bagi mahasiswa.

Hal ini mengundang banyak pengusaha yang membangun indekos di daerah sekitar kampus agar dapat disewakan oleh mahasiswa Universitas HKBP Nommensen, yang jumlah mahasiswanya cukup banyak, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah mahasiswa

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2015	2387
2016	2219
2017	2336
2018	2732

Sumber: Psi Universitas HKBP Nommensen

Dilihat dari data statistik Universitas HKBP Nommensen Medan ditahun 2015, 2016, 2017 dan 2018, jumlah mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan bertambah. Dengan adanya fenomena meningkatnya permintaan akan jasa penyediaan tempat indekos di satu pihak, dengan penawaran di lain pihak yang tidak sebanding mengakibatkan sewa kamar disekitar kampus harganya melonjak tinggi, dengan tingginya harga yang tidak diimbangi dengan fasilitas yang sesuai mengakibatkan para mahasiswa baru atau lama akan mencari tempat indekos yang berjarak lebih dari satu kilometer dengan harapan harganya bisa lebih murah.

Mahalnya harga indekos tersebut tidak lepas dari permintaan konsumen dan penawaran yang ditawarkan oleh pemilik indekos. Menurut William A. McEachern (2006:18) **“Para ahli ekonomi membatasi unsur-unsur yang mempengaruhi mekanisme pembentukan harga dengan dua faktor saja yaitu permintaan dan penawaran. Peningkatan permintaan suatu barang atau jasa cenderung akan menaikkan harga dan mendorong produsen memproduksi barang atau jasa lebih banyak. Masalah yang menyebabkan kenaikan harga yaitu ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran.”**

Persoalan pengambilan keputusan pada dasarnya adalah bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih yang prosesnya melalui mekanisme tertentu, dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan yang terbaik. Penyusunan model keputusan adalah suatu cara untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang logis yang mendasari persoalan keputusan ke dalam satu model matematis, yang mencerminkan hubungan yang terjadi diantara faktor-

faktor yang terlibat, sehingga proses keputusan harus diambil melalui proses yang bertahap, sistematis, konsisten dan diusahakan dalam setiap langkah melalui dari awal telah mengikutsertakan dan mempertimbangkan berbagai faktor. Menurut Kurniawan (2015:237) **“Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.”** Menurut Philip Kotler (2003:202) Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Seperti halnya di Universitas HKBP Nommensen Medan, keberadaan kampus membawa pengaruh positif bagi perekonomian masyarakat disekitarnya. Hal ini terlihat semakin meningkatnya permintaan properti oleh konsumen khususnya kebutuhan akan rumah indekos.

Untuk menentukan pemilihan rumah indekos harus didasarkan oleh beberapa pertimbangan yang disesuaikan dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh mahasiswa selama menempati rumah indekos tersebut. Calon mahasiswa Universitas HKBP Nommensen terutama yang bukan penduduk dari kota perguruan tinggi berada, akan menemui masalah utama yaitu dimana mereka akan tinggal selama mereka belajar di perguruan tinggi tersebut. Setelah menemui masalah tersebut, maka mereka akan mulai mencari informasi tentang tempat tinggal sementara yang ada di sekitar perguruan tinggi, atau tempat tinggal sementara yang ada di kota tersebut. Tempat tinggal adalah kebutuhan yang sangat penting karena disana mereka dapat beristirahat setelah melakukan proses kegiatan belajar selama di kampus ataupun setelah melakukan kegiatan lainnya. Untuk itu mereka akan menentukan tempat tinggal mereka, apakah mereka memilih tinggal bersama keluarga bagi yang memiliki keluarga di kota Medan atau rumah indekos yang sesuai dengan kebutuhan. Untuk mengambil keputusan dalam memilih tempat tinggal sementara atau indekos harus menyesuaikan antara harga dan fasilitas yang didapatkan. Berikut contoh indekos dengan harga dan fasilitas yang didapatkan:

Tabel 1.2
Harga dan fasilitas indekos

Nama indekos	Lokasi	Harga	Fasilitas
Indekos anugerah	Jalan gereja, Kel. Sidorame barat, Kec. Medan perjuangan,	350.000/bulan dan 4.200.000/tahun	Kamar uk. 3x4, kamar mandi dalam.
Indekos Ungu	Gang mesjid, Kampung durian, Medan.	6.500.000/tahun	Kamar ukuran 3x4 kamar mandi dalam, kipas angin, dapur umum.
Indekos Tamini	Jalan bambu VI.	600.000/bulan dan 7.000.000/tahun	Kamar tidur 4x4, AC, Meja belajar, Lemari pakaian, dapur umum, tempat parkir aman.

Sumber: Prasarvei oleh Peneliti

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semakin tinggi harga indekos, maka semakin bagus fasilitas yang diperoleh.

Agar memperoleh rumah indekos sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa hal yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum memutuskan rumah indekos mana yang akan dipilih. Beberapa hal diantaranya seperti, mahasiswa memilih rumah indekos dengan memperhatikan harga sewa rumah indekos, kelengkapan fasilitas rumah indekos, keunggulan lokasi rumah indekos, kenyamanan rumah indekos, dan referensi dalam pemilihan rumah indekos. Harga sewa rumah indekos merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih rumah indekos. Karena jumlah uang masing-masing mahasiswa terbatas sementara kebutuhannya yang banyak membuat pengaturan uang khususnya untuk sewa rumah indekos menjadi faktor yang penting.

Menurut Saladin dikutip dari Amilia (2017:662) **“Harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang dan jasa yang dijualkan atau diserahkan.”** Pemilihan rumah indekos akan disesuaikan dengan penghasilan orang tua mereka, karena

tidak semua orang tua mempunyai penghasilan yang tinggi atau yang mampu untuk membayar sewa rumah indekos yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa. Dan sistem pembayaran pun akan menjadi suatu pertimbangan juga bagi mahasiswa apakah itu bayar per bulan atau per tahun.

Selain harga, Fasilitas juga menjadi faktor dalam memilih rumah indekos. Menurut Tjiptono (2012:43) **“Fasilitas merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen, karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa.”** Fasilitas yang terdapat didalam rumah indekos merupakan faktor utama didalam penawaran rumah indekos yang ditawarkan pemilik jasa rumah indekos. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka akan semakin tinggi pula harga yang akan ditawarkan, begitupun sebaliknya. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh rumah indekos dapat beragam, seperti fasilitas umum (ketersediaan tempat parkir, ruang tamu,dapur umum, tempat mencuci umum dan tempat menjemur) serta fasilitas kamar(kamar mandi didalam kamar, tempat tidur, lemari pakaian, dan meja belajar) bahkan ada juga rumah indekos yang sudah melengkapi kamar kosannya dengan semua perlengkapan seperti (AC/kipas angin, televisi, dan gratisnya biaya listrik,sampah, *wifi* dan *laundry*) sehingga calon penyewa tinggal membawa pakaianmereka saja, tanpa perlu memikirkan repotnya pindahan barang-barang perlengkapan yang dibutuhkan.

Menurut Kurniawan (2015:238) **“Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.”** Pentingnya lokasi bagi pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya. Mahasiswa cenderung akan memilih lokasi yang jaraknya dekat dengan kampus.

Menurut Sumarwan (2018:305) **“Kelompok referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi seseorang.”** Kelompok referensi merupakan hal yang sangat penting yang

berpengaruh dalam pengambilan keputusan pemilihan konsumen. Sebab kelompok referensi adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai perbandingan bagi seseorang dalam menentukan keputusan pemilihan atau konsumsi mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor yang dipertimbangkan dalam Pemilihan Tempat Tinggal Sementara (Tempat Kost dan Kontrak Rumah) Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian, dapat didefinisikan masalah yang ditetapkan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap pertimbangan Mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah)?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap pertimbangan Mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah)?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap pertimbangan Mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah)?
4. Apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap pertimbangan Mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, agar diperoleh keutuhan dalam pembahasan perlu dikemukakan tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah).

2. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah).
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah).
4. Untuk mengetahui apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah).

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data-data yang lebih sempurna lagi. Adapun manfaat yang diharapkan dari peneliti ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dan diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, pengalaman dan pemahaman khususnya mengenai pengaruh faktor terhadap pertimbangan dalam pemilihan tempat tinggal sementara (tempat kos dan kontrak rumah) pada Mahasiswa HKBP Nommensen Medan. Sehingga hasil penelitian ini khususnya dibidang pemasaran akan bermanfaat bagi karir peneliti di masa yang akan datang.

2. Bagi pihak pengusaha indekos

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha memperbaiki fasilitas, harga, dan memilih lokasi yang strategis untuk membuat indekos yang pada umumnya diharapkan dapat memberikan masukan dalam menjadi bahan pemikiran yang dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran, khususnya yang

berhubungan dengan bidang pemasaran jasa indekos. Dan kemudian dengan mengetahui strategi pemasaran yang telah digunakan, pemilik indekos dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada pada usaha indekos dan pada akhirnya mampu menjadi referensi bagi mahasiswa dalam memilih tempat kost.

3. Bagi Lembaga Pendidikan Universitas HKBP Nommensen

Sebagai tambahan referensi kepustakaan sekaligus sebagai wacana pembelajaran, dan sebagai bahan masukan dan perbandingan bagi perkembangan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi yang dapat menjadikan pertimbangan bagi peneliti lain yang ingin meneliti objek yang sejenis dan untuk mengembangkan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan wirausaha. Semua wirausaha berusaha memproduksi dan memasarkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam siklus bisnis wirausaha yang berfungsi untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa kepada konsumen. Jadi pada hakekatnya berhasil atau tidaknya pencapaian tujuan bisnis tergantung pada bagaimana kegiatan pemasaran tersebut dan bagaimana tanggapan para konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:5) mengemukakan **“Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan.”** Sedangkan menurut Assauri (2019:4) **“Pemasaran adalah sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang tepat pada tempat dan waktu yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.”** Setiap wirausaha menggunakan pemasaran, dan mereka menggunakannya dalam cara yang berbeda-beda. Dan menurut Rangkuti (2009:17) **“Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha.”**

2.1.2 Pengertian Jasa

Menurut Zeithaml dan Bitner dikutip dari Ferdiansyah (2016:3) **“Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud**

bagi pembeli pertamanya.” Sedangkan menurut Yazid dikutip dari Sangadji (2018:93) **“Jasa adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) yang tidak berwujud yang berkaitan dengannya, dan melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.”** Dan menurut Swastha dikutip dari Priansa (2017:35) **“Jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dala bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, kesenangan, kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.**

2.1.2.1 Karakteristik Jasa

Menurut Alma dalam penelitian Ferdiansyah (2016:4) Jasa memiliki 4 karakteristik, yaitu :

1. Jasa tidak berwujud
2. Keanekaragaman
3. Tidak dapat dipisahkan
4. Tidak tahan lama

2.1.3 Pengertian Indekos

Indekos adalah tinggal di rumah orang lain tanpa makan, dengan membayar setiap bulannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), **“indekos adalah tinggal di rumah orang lain dengan atau tanpa makan (dengan membayar setiap bulan); memondok.”** Namun, maknanya sudah bergeser cukup jauh dari masa ke masa. Pada dasarnya, indekos adalah rumah hunian yang menyediakan kamar untuk tinggal, lengkap dengan perabot standart indekos yakni tempat tidur dan lemari. Pembayarannya dilakukan bulanan, dan

penghuni indekos biasanya sudah tidak membayar biaya listrik dan air kecuali dalam kondisi tertentu, misalnya membawa peralatan elektronik yang mengkonsumsi listrik cukup besar.

2.1.3.1 Karakteristik Indekos

Indekos biasanya terdapat dalam areal yang dekat dengan kampus. Pemiliknya biasanya merupakan penduduk setempat ataupun pemilik modal yang besar. Indekos untuk mahasiswa biasanya terdiri dari satu kamar dan di dalamnya terdapat satu tempat tidur, satu meja belajar dan satu lemari. Dan biasanya menggunakan kamar mandi dan dapur secara kolektif. Pada saat sekarang ini pembangunan indekos semakin berkembang dan fasilitas yang diberikan juga semakin eksklusif. Hal ini terlihat dalam penyediaan AC, kamar mandi dalam, ruang tamu, dan lain-lainnya. Sistem pembayaran indekos didasarkan pada jangka waktu sebulan, terkadang bisa tiga bulan langsung. Pembayaran untuk jangka waktu yang panjang biasanya akan diberikan potongan oleh pemilik kost-kostan.

2.1.3.2 Fungsi Indekos

Indekos dirancang untuk memenuhi kebutuhan hunian yang bersifat sementara dengan sasaran pada umumnya adalah mahasiswa dan pelajar yang berasal dari luar kota ataupun luar daerah. Namun, tidak sedikit pula indekos ditempati oleh masyarakat umum yang tidak memiliki rumah pribadi dan menginginkan berdekatan dengan lokasi beraktifitas. Oleh karena itu fungsi indekos dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi mahasiswa yang pada umumnya berasal dari luar daerah selama masa studinya.
- 2) Sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi masyarakat umum yang bekerja di kantor atau tidak memiliki rumah tinggal agar berdekatan dengan lokasi kerja.
- 3) Sebagai sarana pembentukan kepribadian mahasiswa untuk lebih berdisiplin, mandiri, dan bertanggungjawab.

- 4) Sebagai tempat untuk menggalang pertemanan dengan mahasiswa lain dan hubungan sosial dengan lingkungan sekitarnya.

2.1.4 Harga

Menurut Alma (2018:171) **“Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.”** Sedangkan menurut Tjiptono dikutip dari warisan (2018:10) **“Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.”** Dan menurut Zeithaml dan Bitner dikutip dari Priansa (2017:37) mengemukakan **“Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga barang merupakan sejumlah uang yang dibayar sebagai imbalan atas apa yang telah dinikmati konsumen.”**

2.1.4.1 Indikator Harga

Terdapat empat ukuran yang mencirikan harga menurut Kotler dan Amstrong (2012:52) adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang di tetapkan para konsumen banyak yang membeli produk. Misalnya: harga produk terjangkau.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Misalnya: harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang. Misalnya: kesesuaian harga dengan manfaat yang di dapatkan konsumen.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal-murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut. Misalnya: harga lebih murah dari pesaing.

Berdasarkan dari ke empat indikator harga di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga suatu produk setiap wirausaha harus mempertimbangkan keterjangkauan harga bagi konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan konsumen tanpa mengeluarkan biaya yang lebih besar saat akan membeli produk tersebut.

2.1.5 Fasilitas

Tjiptono (2014:317) **“Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.”** Sedangkan menurut Ni Nyoman Resmi dan Ni Ketut Adi Mekarsari (2011) dikutip dari Kurniawan (2015:238) **“Fasilitas merupakan suatu bentuk pelayanan perusahaan terhadap konsumennya guna memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.”**

2.1.5.1 Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut Ni Nyoman Resmi dan Ni Ketut Adi Mekarsari (2011) dikutip dari Kurniawan (2015:239) Indikator-indikator fasilitas meliputi:

1. Fasilitas tempat parkir yang aman
2. Fasilitas tempat tidur
3. Fasilitas lemari pakaian dan meja belajar
4. Toilet/wc
5. Jam berkunjung

2.1.6 Lokasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) **“Lokasi adalah letak atau tempat.”** Sedangkan menurut Kurniawan (2015:238) **“Lokasi adalah Salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam hal mengalokasikan barang atau jasa dan melancarkan arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen.”**

2.1.6.1 Indikator-indikator lokasi

Menurut Tjiptono dikutip dari Kurniawan (2015:238), beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur lokasi adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan lokasi, lokasi yang strategis yang mudah dijangkau banyak orang.
2. Kelancaran aspek menuju lokasi, berada di pinggir jalan utama yang banyak dilalui pengendara kendaraan.
3. Kedekatan lokasi, lokasi tidak terlalu jauh dari pusat kota sehingga lebih banyak orang yang dapat mengetahui.

2.1.7 Kelompok Referensi

Menurut Sumarwan (2018: 305), **“kelompok referensi(*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang mempengaruhi**

perilaku seseorang.”Sedangkan menurut Hyman yang dialih bahasa oleh Budiyanto **“Kelompok referensi adalah orang atau kelompok orang yang mempengaruhi secara bermakna perilaku individu.”**

2.1.7.1 Indikator-indikator Kelompok Referensi

Menurut Sumarwan (2018:306) Kelompok referensi memiliki beberapa jenis, yaitu:

1. Kelompok Formal

Kelompok formal adalah kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan keanggotaan yang terdaftar secara resmi, misalnya Serikat pekerja Indonesia, partai politik, universitas, dan perusahaan.

2. Kelompok Informal

Kelompok informal adalah kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis dan resmi, sifat keanggotaan tidak tercatat. Seperti kelompok bermain badminton, kelompok senam kebugaran, kelompok arisan, dan kelompok rukun tetangga.

3. Kelompok Primer

Kelompok primer adalah kelompok dengan keanggotaan yang terbatas, interaksi antar anggota secara langsung tatap muka, dan memiliki ikatan emosional antar anggota. Contoh dari kelompok primer adalah keluarga dan kelompok yang memiliki ikatan kekerabatan.

4. Kelompok Sekunder

Kelompok sekunder memiliki ikatan yang lebih longgar dari kelompok primer, antaranggota kelompok juga mungkin terjadi kontak tatap muka langsung, antaranggota kelompok memiliki pengaruh kecil terhadap anggota lainnya.

5. Kelompok Aspirasi

Kelompok aspirasi adalah kelompok yang memperlihatkan keinginan untuk mengikuti norma, nilai, maupun perilaku dari orang lain yang dijadikan kelompok acuannya.

6. Kelompok Disosiasi

Kelompok disosiasi adalah seseorang atau kelompok yang berusaha untuk menghindari asosiasi dari kelompok acuan. Pada awalnya kelompok referensi dibatasi secara sempit dan hanya mencakup kelompok-kelompok dengan siapa individu berinteraksi secara langsung (keluarga dan teman-teman akrab). Tetapi konsep ini secara berangsur-angsur telah diperluas mencakup pengaruh perorangan atau kelompok secara langsung maupun tidak langsung.

Sumarwan (2018:307) menjelaskan bahwa ada tiga macam pengaruh kelompok referensi terhadap seorang konsumen yaitu:

1. Pengaruh Normatif, merupakan pengaruh dari kelompok acuan terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti.
2. Pengaruh Ekspresi Nilai, kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang melalui fungsinya sebagai pembawa ekspresi nilai.
3. Pengaruh informasi, kelompok acuan akan mempengaruhi pilihan produk atau merek dari seorang konsumen, karena kelompok acuan tersebut sangat dipercaya sarannya, karena ia memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih baik.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian kelompok referensi dalam penelitian ini yaitu seorang individu atau kelompok orang yang memberikan pengaruh didalam keputusan mahasiswa dalam pemilihan tempat kost.

2.1.8 Keputusan Pembelian

Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, konsumen sering dihadapkan pada pilihan yang beragam. Hal ini dikarenakan banyaknya produk maupun jasa yang berada dipasaran dengan fungsi dan manfaatnya masing-masing. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Setelah konsumen menyadari kebutuhan dan keinginannya tersebut.

Menurut Mustafid dan Gunawan dikutip dari Warisan (2015:45) **“Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk atau jasa.”** Sedangkan menurut Irham Fahmi (2016:57) **“Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.”** Dan menurut Kurniawan (2015:318) **“Keputusan Mahasiswa dalam memilih tempat indekos adalah suatu tindakan yang dilakukan mahasiswa dalam memilih tempat indekos untuk pemenuhan kebutuhan dan diakhiri dengan melakukan seleksi atas alternatif-alternatif tentang tempat indekos yang tersedia.”**

Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen meliputi pengenalan masalah, pencari informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

2.1.8.1 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2009:185) indikator dalam proses pengambilan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah

yaitu proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

2. Pencarian Informasi

Yaitu konsumen mencari jumlah informasi yang terbatas. Secara umum, konsumen menerima informasi terpenting tentang produk dari komersial yaitu sumber yang didominasi pemasar. Setiap sumber informasi melaksanakan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Evaluasi alternatif

Yang bagaimana konsumen memproses informasi merek kompetif dan melakukan penilaian nilai akhir. Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai kelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk mengantarkan manfaat yang perlu untuk memuaskan kebutuhan.

4. Keputusan pembelian

Yaitu konsumen membentuk referensi antara merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai

5. Perilaku pasca membeli

Yaitu konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

2.1.8.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

Menurut Philip Kotler (2003:202) perilaku pembelian dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya sebagai berikut :

1. Faktor Budaya

Budaya, sub budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing sub-budaya terdiri dari sejumlah sub budaya yang lebih menampakkan indentifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kelompok, ras, agama.

2. Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Kelompok acuan. Kelompok acuan dalam perilaku pembelian dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara

langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut.

- b. Keluarga, Dalam sebuah organisasi pembelian, keluarga dibedakan menjadi dua bagian,. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientasi. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi.
- c. Peran dan status, Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang adalah peran dan status mereka dalam masyarakat. Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi tersebut secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya.

3. Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

4. Psikologis

Terakhir, Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh faktor utama diantaranya sebagai berikut:

- a. motivasi, seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan lainnya dapat bersifat psikogenesis yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis, seperti kebutuhan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok. Ketika seseorang mengamati sebuah merek, ia akan bereaksi tidak hanya pada kemampuan nyata yang terlihat pada merek tersebut, melainkan juga melihat petunjuk lain yang samar seperti wujud, ukuran, berat, bahan, warna dan nama merek tersebut yang memacu arah dan emosi tertentu.

b. Persepsi, seseorang yang termotivasi siap untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi terhadap situasi tertentu. Menurut Bernard barelson, dalam kotler (2003:217) Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan meginterpretasi masukan informasi guna menciptakan sebuah gambaran.

Berdasarkan indikator keputusan pembelian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam mengukur keputusan pembelian diatas, konsumen selalu mempertimbangkan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, perilaku pasca membeli untuk mencapai kepuasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

2.2 Penelitian Terdahulu

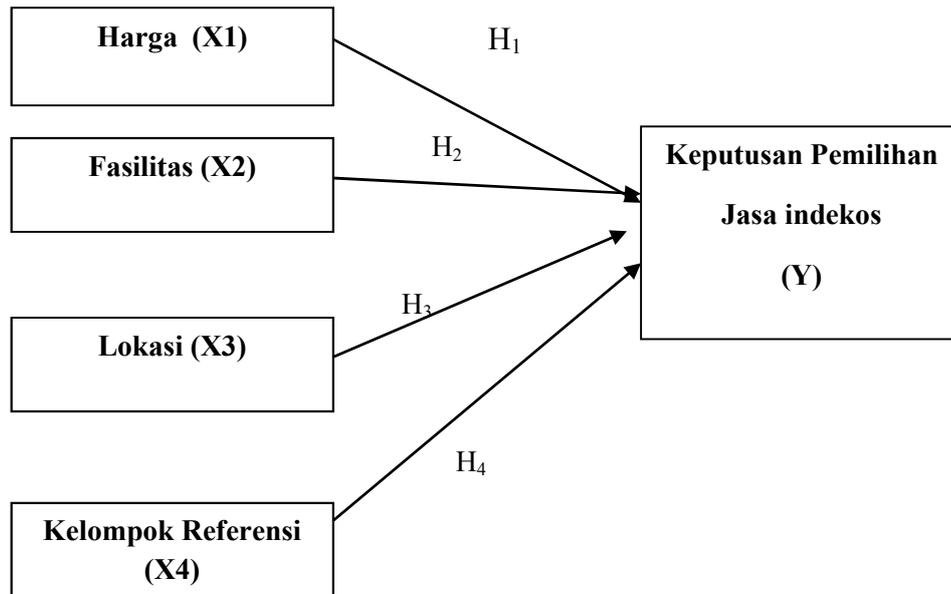
Table 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
Sitti Hajar, Made Susilawati, dan Nilakusmawati (2012).	Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Rumah Kost	Analisis Faktor	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih kost adalah faktor lingkungan kost dengan nilai eigen yaitu 4,119 dan keragaman varian sebesar 19,613%.

Ni Nyoman Resmi dan Ni Ketut Adi Mekarsari (2011)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Anak Kos dalam Pemilihan Rumah Pemandokan di Kota Singaraja	Analisis Faktor	Hasil penelitian menyatakan ternyata 3 indikator memiliki nilai anti-image correlation kurang dari 0,5 sehingga dinyatakan gugur dalam penelitian ini.
C.Prihandoyo, Imam Arrywibowo, dan Ayu Awaliyah (2015)	Analisis Pengaruh Harga, lokasi, bangunan dan lingkungan terhadap keputusan konsumen membeli rumah.	Analisis regresi linear berganda Uji Goodnes of fit	Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat terlihat bahwa semua variabel harga, Lokasi, bangunan dan lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian rumah.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian serta teori yang telah di sampaikan di atas, maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada gambar 2.1 sebagai berikut:



2.4 Hipotesis

- H1: Harga berpengaruh positif terhadap keputusan Konsumen (mahasiswa) memilih jasa indekos.
- H2: Fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen (mahasiswa) memilih jasa indekos.
- H3: Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan Konsumen (mahasiswa) memilih jasa indekos.
- H4: Kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan (Mahasiswa) memilih jasa indekos.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif, maksudnya adalah penelitian yang tertuju kepada pengungkapan atau menggambarkan suatu keadaan, masalah, peristiwa sebagaimana adanya secara sistematis. Dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dimana jenis yang digunakan adalah pendekatan survei pada umumnya pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi, informasi dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas HKBP Nommensen. Dalam penelitian ini penulis telah membatasi responden yang akan dipilih yaitu mahasiswa fakultas ekonomi yang menggunakan jasa rumah kost. Penelitian ini dimulai dari seminar proposal ini layak.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010 : 80) **“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”**Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas HKBP Nommensen yang memakai jasa indekos.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut (Sugiono 2010 : 81) **“sampel adalah bagian dari**

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan pendapat dari Hair dalam kutipan (Bunga dan Hermansyur, 2018) yang mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100. Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Karena dianggap sudah mewakili populasi.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling* yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sampel Menurut Sugiyono (2015 : 52) dikutip dari Eka Agustina (2017).

3.4 Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, untuk mendapatkan data dengan mencatat keterangan yang menunjang analisis penelitian.
2. Memberikan kuisioner kepada mahasiswa pengguna jasa kost, Responden dapat memilih salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia.

Dalam penelitian ini teknik yang dipakai dalam pengukuran kuisioner menggunakan *agre disagree scale*. Skala ini mengembangkan pertanyaan yang menghasilkan setuju-tidak setuju dalam berbagai rentang nilai, skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1-5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Tabel 3.1
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat setuju	1

3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua bagian, yaitu variabel independen (terikat) dan variabel independen (bebas). Variabel independen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, sedangkan variabel independen dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah keputusan pemilihan jasa indekos, dan variabel independen harga, lokasi, fasilitas dan kelompok referensi. berikut ini akan diuraikan variabel yang diteliti beserta indikator-indikator yang dipakai sebagai alat ukur.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga (X1)	<p>“Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.”</p> <p>Sumber: Alma (2018:171)</p>	<p>5. Keterjangkauan Harga</p> <p>6. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.</p> <p>7. Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>8. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</p> <p>Sumber: Kotler dan Amstrong (2012:52)</p>	Likert
Fasilitas (X2)	<p>“Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan</p>	<p>6. Fasilitas tempat parkir yang aman</p> <p>7. Fasilitas tempat tidur</p> <p>8. Fasilitas lemari pakaian dan meja belajar</p>	Likert

	kepada konsumen.” Sumber: Tjiptono (2014:317)	9. Toilet/wc 10. Jam berkunjung Sumber: dikutip dari Kurniawan (2015:239)	
Lokasi (X3)	Lokasi adalah letak atau tempat. Sumber: KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)	1. Keterjangkauan lokasi, 2. Kelancaran aspek menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi Sumber: Kurniawan (2018:305)	Likert
Kelompok Referensi (X4)	kelompok referensi(<i>reference group</i>) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku seseorang. Sumber: Sumarwan (2018)	1. Kelompok formal dan informal 2. Kelompok primer dan sekunder 3. Kelompok aspirasi dan disosiasi Sumber: Sumarwan (2018:306)	Likert
Keputusan Pemilihan Jasa Indekos (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk atau jasa. Sumber: Warisan (2015:45)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca membeli Sumber : Kotler & keller (2009)	Likert

3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurannya, suatu pengukuran disebut valid bila skala tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, bila skala pengukuran tidak valid maka skala tersebut tidak akan bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya diukur atau melakukan apa yang seharusnya

dilakukan (Wijaya, 2010:126). Selanjutnya koefisien korelasi yang diperoleh r masih harus diuji signifikansinya bisa menggunakan uji t atau membandingkannya dengan r tabel. Adapun kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner adalah sebagai berikut:

1. Bila t hitung $>$ dari t tabel atau r hitung $>$ dari r tabel, maka nomor pertanyaan tersebut valid.
2. Bila menggunakan program komputer, asalkan r yang diperoleh diikuti harga $p < 0,05$ berarti nomor pertanyaan tersebut valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *crouncbach alpha*. Pengujian terhadap reliabilitas ditujukan untuk memastikan bahwa responden benar-benar konsisten terhadap jawaban yang diberikan dalam kuisioner tersebut. Perlu diketahui bahwa yang diuji keandalannya hanyalah nomor pernyataannya yang benar saja. Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach*. Adapun cara menentukan kriteria reabilitas, yaitu :

1. Jika nilai koefisien reabilitas (α) $>$,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut memiliki reabilitas yang baik.
2. Jika nilai koefisien reabilitas (α) $<$ 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut memiliki reabilitas yang tidak baik.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis dengan melihat nilai probalitasnya. Dasar pengambilan keputusan adalah, jika nilai probalitas $>$ 0,05 maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Priyanto, 2012)

Pengujian normalitis dilakukan dengan cara :

1. Melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data

sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal. Apabila data distribusi normal maka plot data akan mengikuti garis diagonal.

2. Melihat histogram yang membandingkan data sesungguhnya dengan distribusi normal.

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residul suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen dengan residulnya.

3.7.3 Uji Multikolinearitas

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Beberapa metode uji multikolinearitas yaitu dengan melihat *tolerance* dan *infalation factor* (VIF) pada model regresi atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai V IF <10 dan mempunyai angka *tolerance* >0,1

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Regresi Analisis Berganda

Metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar berpengaruh variabel bebas (harga, Lokasi, Fasilitas, dan kelompok referensi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Adapun persamaan regresi sampelnya adalah :

$$Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e,$$

Y = Keputusan Pemilihan Jasa Indekos

a = Konstanta

b_{1,2,3,4} = Koefisien regresi variabel x

X₁ = Harga

X₂ = Fasilitas

X₃ = Lokasi

X₄ = Kelompok referensi

e = Standar error

3.8.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikan dari pengaruh variabel independen secara individual dan menganggap lain konstan. Signifikan dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan t hitung. Apabila nilai t hitung > t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel independen.

Signifikan < α (5%)

t hitung > t tabel H₀ ditolak, H₁ diterima, artinya variabel harga, fasilitas, lokasi dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan jasa indekos secara parsial.

Tidak signifikan > α (5%)

t hitung < t tabel H₀ diterima, H₁ ditolak, artinya variabel harga, fasilitas, lokasi, dan kelompok referensi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan jasa indekos secara parsial.

3.8.3 Uji Simultan (F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak berpengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat probability sebesar 5% ($\alpha = 5\%$)

Signifikan $>\alpha$ (5%)

F hitung $>$ F tabel H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya variabel harga, fasilitas, lokasi, dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan jasa indekos secara simultan.

Tidak signifikan $< \alpha$ (5%)

F hitung $>$ F tabel H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya variabel harga, fasilitas, lokasi, dan kelompok referensi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pemilihan jasa indekos secara simultan.

3.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memberikan variasi pada variabel tidak bebas. Untuk mempermudah pengolahan data maka pengujian-pengujian diatas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS 19.

