

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keputusan pembelian dalam membeli produk atau jasa sering dianggap sebagai keluaran dari hasil pemikiran yang mengarah pada pemilihan tindakan di antara berbagai alternatif pilihan yang tersedia. Menurut Kotler, keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen secara nyata melakukan keputusan pembeliannya terhadap suatu produk atau jasa. Pada dasarnya, konsumen dalam melakukan keputusan pembelian melalui lima tahapan atau sering disebut dengan “Model Lima Tahap” yaitu, pengenalan kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi dari berbagai alternatif pilihan, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli.¹

Di berbagai wilayah Indonesia, kebanyakan pelajar SMA/ sederajat yang sudah lulus akan melanjutkan pendidikan di luar kota/ daerah bahkan sampai ada yang di luar provinsi. Terdapat beberapa alasan yang mendasari pelajar setelah lulus SMA/ sederajat memilih untuk melanjutkan pendidikan di luar daerah, yaitu karena jurusan yang sesuai dengan bakat dan minat pelajar belum ada di universitas daerah mereka tinggal, atau bahkan pelajar tersebut telah mendapat beasiswa yang diterima dari sebuah perguruan tinggi sehingga mereka harus melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yang sudah ditetapkan oleh pemberi beasiswa. Dengan demikian, mereka harus rela meninggalkan daerah asalnya untuk menetap di daerah perguruan tinggi yang diinginkannya.²

Banyaknya calon mahasiswa baru dari luar daerah yang pindah ke daerah perguruan tinggi pilihannya berada, mahasiswa akan menemukan sebuah masalah utama yaitu mengenai kebutuhan tempat tinggal sementara selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, mahasiswa mulai mencari informasi mengenai tempat tinggal yang cocok ditempati mahasiswa selama menempuh pendidikan. Tempat tinggal merupakan kebutuhan primer bagi mahasiswa dimana tempat tinggal asalnya jauh dari daerah universitas, maka ditempat tinggal

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), 184.

² Sitti Hajar, Dkk, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Rumah Kost”, *Universitas Udayana, e-Jurnal Matematika*, no. 1 (2012): 1-96.

mahasiswa dapat beristirahat setelah melakukan kegiatan belajar dikampus atau melakukan kegiatan organisasi lainnya.

Kos adalah jasa penyewaan kamar yang berfungsi sebagai tempat tinggal sementara selama menempuh pendidikan di luar daerah bagi mahasiswa yang tempat tinggal asalnya berada jauh dari daerah perguruan tinggi. Agar mahasiswa memperoleh tempat kos yang sesuai dengan keinginan, mahasiswa perlu memperhatikan beberapa faktor seperti, memilih jasa sewa kamar kos dengan membandingkan harga sewa kamar kos di beberapa tempat kos lainnya, fasilitas yang disediakan oleh pemilik jasa sewa kamar kos, dan *atmosphere* atau suasana yang diciptakan di dalam tempat kos tersebut.

Produk atau jasa tanpa penetapan harga tentunya tidak dapat diluncurkan.³ Menurut Kotler dan Armstrong, yang mendefinisikan harga sebagai sejumlah *value* yang dibebankan produsen kepada konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya.⁴ Harga sewa kamar kos adalah faktor pertama yang dipertimbangkan mahasiswa sebelum memilih tempat kos, karena kebanyakan mahasiswa akan menyesuaikan harga sewa kamar kos dengan pendapatan orang tua mereka. Pendapatan orang tua dari masing-masing mahasiswa berbeda-beda, ada yang berpendapatan tinggi ada yang berpendapatan rendah.

Selain faktor harga, mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos juga mempertimbangkan faktor fasilitas kos. Harga dan fasilitas memiliki ikatan berbanding lurus, hal ini karena semakin tinggi harga yang ditawarkan oleh pemilik kos maka semakin lengkap fasilitas kos yang dapat dirasakan, Begitupun sebaliknya, jika semakin rendah harga yang ditawarkan oleh pemilik kos maka semakin minim fasilitas kos yang dapat dirasakan mahasiswa. Fasilitas kos yang biasanya diberikan oleh pemilik kos yaitu, fasilitas kamar (lemari, kasur, meja belajar dan lain-lain), fasilitas umum (seperti kamar mandi, dapur, dan area parkir), fasilitas tambahan (seperti televisi, kulkas, AC/kipas angin, Wi-fi, dan lain-lain). Dengan adanya fasilitas yang telah disediakan oleh penyedia jasa maka mahasiswa akan merasa dimudahkan tanpa harus repot memikirkan perpindahan berbagai perlengkapan yang dibutuhkannya.

³ Frans M. Royan, *Smart Launching New Product* (Strategi Jitu Memasarkan Produk Baru Agar Meledak Di Pasar (Jakarta: Gramedia, 2004), 85.

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), 345.

Berdasarkan awal penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang harga dan fasilitas yang disediakan pemilik kos di kawasan kampus barat dan timur IAIN Kudus, yaitu:

Tabel 1.1
Daftar Harga dan Fasilitas Kos Tahun 2019-2020

Nama Kost	Alamat Kost	Harga Sewa Kamar	Fasilitas	Kapasitas/Kamar	Jarak ke Kampus
Kostren Abah Rozak	Ngembal Rejo, Bae Kudus	Rp. 900.000- Rp. 1000.000/s mt	Kasur dan Bantal	4-20 Orang	200 Meter
			Kipas angin		
			TV untuk Umum		
			Kamar Mandi untuk Umum		
			Wifi		
			Area parkir		
Kost Putri Sokka Genteng	Depan Indomaret, Ngembal Rejo	Rp. 600.000/s mt	Kasur	2-3 Orang	1 Kilo Meter
			Lemari		
			Kipas angin		
			Dapur		
			Kamar Mandi untuk Umum		
			Area parkir		
Kost Caca	Ngembal Rejo, Bae Kudus	Rp. 1.200.000/ smt	Kasur	1-4 Orang	200 Meter
			Lemari		
			Kipas angin		
			Kulkas untuk Umum		

			Setrika untuk Umum		
			TV untuk Umum		
			Kamar Mandi untuk umum		
			Area parkir		
Wisma Cendekia	Ngembal Rejo, Bae Kudus	Rp. 1.100.000/smt	Kasur	3-4 Orang	150 Meter
			Lemari		
			Kipas angin		
			Kamar Mandi untuk Umum		
			Wifi		
			Area parkir		
Green House	Ngembal Rejo, Bae Kudus	Rp. 650.000-700.000/smt	Kasur	3-4 Orang	200 Meter
			Lemari		
			Dapur		
			Kamar mandi dalam		
			Area parkir		
Kost Anugrah	Ngembal Rejo, Bae Kudus	Rp. 800.000/smt	Kasur	3-4 Orang	200 Meter
			Lemari		
			Kipas angin		
			Kamar Mandi untuk Umum		
			TV untuk		

			Umum		
			Area parkir		
Kost Queen Dihafa	Belakang Kampus Barat	Rp. 1.000.000/smt	Kasur	2-3 Orang	100 Meter
			Kipas angin		
			Kamar Mandi untuk Umum		
			Kulkas untuk Umum		
			Air galon		
			Wifi		
			Area parkir		
Kost Putera	Ngembalejo, Bae Kudus	Rp. 350.000/Bln	Kasur	3-4 Orang	300 Meter
			Lemari		
			Meja belajar		
			Kamar Mandi untuk Umum		
			TV untuk Umum		
			Dapur		
			Area parkir		

Tabel 1.1 menunjukkan hasil penelitian yaitu semakin lengkap fasilitas kos yang ditawarkan oleh pemilik kos maka semakin mahal harga yang akan diberikan. Sebaliknya, jika semakin sedikit fasilitas kos yang ditawarkan maka semakin murah harga yang akan diberikan.

Seiring dengan tingginya persaingan di dunia bisnis terutama dalam bidang properti sewa kamar kos, pengusaha penyedia jasa sewa kamar kos memerlukan senjata yang ampuh untuk

memenangkan persaingan bisnis. Selain strategi persaingan harga dan kelengkapan fasilitas kos, penyedia jasa sewa kamar kos dapat memanfaatkan kos *atmosphere* atau suasana kos yang dapat dijadikan senjata ampuh bagi pengusaha jasa sewa kamar kos. Tampilan dan performa dari kos menempatkan *image* kos dalam ingatan pelanggan. Menurut Berman dan Evans, kos *atmosphere* merupakan tampilan ciri khas fisik kos yang dapat digunakan untuk mengembangkan kesan serta dapat menarik pelanggan.⁵ *Atmosphere* kos dapat diciptakan melalui rancangan yang bagus untuk menghadirkan efek-efek yang memberikan ketenangan dan relaksasi. Kamar-kamar kos pun didesain dengan mengutamakan kenyamanan penghuni kos. Elemen-elemen dari *atmosphere* kos meliputi *exterior*, *general interior*, *store layout* (dengan ini kos *layout*) dan *interior display*.⁶

Pengaruh perkembangan jumlah mahasiswa IAIN Kudus yang semakin meningkat dapat membawa dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Hal ini dibuktikan dari munculnya berbagai macam peluang bisnis seperti *photocopy*, toko sembako, rumah makan, jasa *laundry*, salon, dan bisnis jasa sewa kamar kos. Dari berbagai jenis peluang bisnis yang bermunculan, kos merupakan bisnis yang paling banyak diminati masyarakat setempat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bangunan kos yang dibangun oleh masyarakat sekitar kampus IAIN Kudus. Dengan semakin banyaknya bangunan rumah kos di sekitar kampus, mahasiswa diharuskan meninjau dan mempertimbangkan dari beberapa pilihan dalam memilih jasa sewa kamar kos agar sesuai dengan keinginannya. Dalam hal ini, mahasiswa harus meninjau dari segi aspek pemasaran produk jasa yang dilakukan oleh pemilik jasa sewa kamar kos sehingga dapat menarik keputusan pembelian konsumen.

Sistem pendidikan Islam merupakan sebuah proses pembentukan manusia menuju ke arah yang diharapkan dalam Islam. Dalam sistem pendidikan nasional, pendidikan Islam sudah banyak memainkan peranan penting dalam hal mencerdaskan kehidupan bangsa. Dengan demikian, sistem pendidikan Islam telah diakui keberadaannya oleh sistem pendidikan nasional dimana sistem pendidikan Islam dapat dibagi menjadi 3 hal. Pertama, pendidikan Islam berposisi sebagai lembaga. Kedua, pendidikan Islam berposisi

⁵ Barry Berman, Dkk, *Retail Management a Strategic Approach, Thirteenth Edition Global Edition* (New Jersey: Pearson Education Limited, 2018), 546.

⁶ Barry Berman, Dkk, *Retail Management a Strategic Approach, Thirteenth Edition Global Edition* (New Jersey: Pearson Education Limited 2018), 464.

sebagai mata pelajaran. Ketiga, pendidikan Islam berposisi sebagai *value*.⁷ Salah satu bentuk pendidikan Islam di Indonesia adalah perguruan tinggi yang ada di Kota Kudus yaitu STAIN Kudus yang sekarang telah berganti nama menjadi IAIN Kudus. Perguruan Tinggi IAIN Kudus berlokasi di Jalan Conge Ngembalrejo Bae Kudus, Provinsi Jawa Tengah PO BOX 51.⁸ Ada lima fakultas di IAIN Kudus yaitu Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan Fakultas Syariah.

Tabel 1.2
Research Gap

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Suri Amilia, Iriyana. Tahun 2019	Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Sewa Kamar Kos Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra	Lokasi, harga, dan fasilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kamar kos mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra dengan nilai F sig. Sebesar 0,000 dan hipotesis diterima. Harga dan Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kamar kos dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.
Andre Kurniawan Tahun 2015	Analisis Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Indekos Dengan Harga Sewa Indekos Sebagai	Lokasi, fasilitas dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indokos di

⁷ Haidar Putra Daulay, *Pendidikan Islam dalam Sistem Pendidikan Nasional di Indonesia Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2012), 9-10.

⁸ <https://iainkudus.ac.id/>. Diakses Tanggal 8 September 2020.

	Variabel Moderasi	wilayah Kelurahan Panularan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. Hasil nilai F sig. 0,000 dan hipotesis diterima.
Sitti Hajar, Made Sulawati, D.P.E. Nilakusmawati Tahun 2012	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Rumah Kos	<p>Ada 7 dimensi faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kos, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lingkungan. Faktor lingkungan kos memiliki nilai eigen sebesar 4,119 dan variansi sebesar 19,613%. 2) Harga. Faktor harga sewa kos memiliki nilai eigen sebesar 2,307 dan variasi sebesar 10,986%. 3) Fasilitas. Faktor fasilitas memiliki nilai eigen sebesar 1,577 dan variasi sebesar 7,511%. 4) Referensi. Faktor referensi memiliki nilai eigen sebesar 1,371 dan variasi sebesar 6,527%. 5) Lokasi. Faktor lokasi memiliki nilai eigen sebesar 1,225 dan variasi sebesar 5,456%. 6) Keamanan. Faktor keamanan memiliki nilai eigen sebesar 1,146 dan variasi sebesar 5,456%. 7) Pelayanan. Faktor pelayanan memiliki nilai eigen sebesar 1,001

		dan variasi sebesar 4,768%. Ketujuh dimensi faktor tersebut dapat menjelaskan dari variabel dependen dengan jumlah nilai presentase komulatif sebesar 60,692%.
Rendy Wijaya dan Tarida Marlin Surya Manurung Tahun 2019	Pengaruh <i>Atmosphere</i> , Fasilitas dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Menginap Di Hotel (Studi Kasus Padjadjaran Suites Resort and Convention Hotel)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>atmosphere</i> , fasilitas, dan <i>word of mouth</i> berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menginap Di Padjadjaran Suites Resort and Convention Hotel.
Christian Gunawan, Joecelind Gabriela, Valencia Chatlyn Gani, dan Juliana Tahun 2020	Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan Hotel <i>Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Menginap Di Swissotel Jakarta Utara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Customer Experience</i> dan Hotel <i>Atmosphere</i> secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap dengan nilai sebesar 5,582 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000.

Dari pernyataan penelitian terdahulu maka terdapat *research gap* yaitu variabel Harga, Fasilitas dan *Atmosphere* (suasana) masih bertentangan satu sama lain maka perlu dilakukan penelitian lanjutan, maka akan diketahui hasil penelitian manakah yang dapat didukung. Penelitian ini harus melakukan pengujian lebih lanjut untuk membuktikan mengenai pengaruh faktor harga, fasilitas dan *atmosphere* terhadap keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos Di Kawasan IAIN Kudus.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu di atas, maka peneliti akan melakukan pembuktian apakah kondisi empiris sama dengan teori yang ada dengan mengangkat judul penelitian tentang **“PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN *ATMOSPHERE* (SUASANA) TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH JASA SEWA KAMAR KOS DI KAWASAN IAIN KUDUS”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus?
2. Apakah Fasilitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus?
3. Apakah *Atmosphere* Berpengaruh Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk membantu pembaca mengetahui, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus.
2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus.
3. Pengaruh *Atmosphere* (suasana) terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini diperoleh baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian bisa bermanfaat memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya harga, fasilitas dan *atmosphere* (suasana) dalam keputusan pembelian konsumen sebelum melakukan pembelian produk atau jasa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Hasil penelitian bisa digunakan sebagai salah satu referensi tentang harga, fasilitas dan *atmosphere* (suasana) terhadap keputusan pembelian konsumen.

- b. Bagi peneliti
Hasil penelitian bisa digunakan sebagai gambaran tentang pengamatan keputusan pembelian konsumen dalam jasa sewa kamar kos yang sesuai konsumen harapan.
- c. Bagi konsumen
Hasil penelitian bisa digunakan sebagai acuan dalam memilih jasa sewa kamar kos yang baik bagi mahasiswa saat menjalani pendidikan di luar kota atau daerah.
- d. Bagi pihak pengusaha kos
Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan serta evaluasi untuk pengusaha kos dalam mengambil langkah-langkah perbaikan ataupun mempertahankan mutu jasanya.
- e. Bagi masyarakat
Dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat setempat yang akan membangun rumah kos agar banyak diminati oleh mahasiswa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memiliki tujuan untuk mempermudah dalam memahami isi dari skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

BAGIAN AWAL

Bagian awal terdiri dari halaman judul, persetujuan pembimbing skripsi, pengesahan munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar grafik/gambar.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan Teori membahas tentang Deskripsi Teori yang berisi tentang pengertian jasa, jenis-jenis jasa, pengertian harga, tujuan penentuan harga, dimensi dan indikator harga, mekanisme harga perspektif ekonomi islam, pengertian fasilitas, dimensi dan indikator fasilitas, fasilitas dalam perspektif islam, pengertian *atmosphere* (suasana), dimensi dan indikator *atmosphere* (suasana), *atmosphere* kos dalam perspektif islam, pengertian keputusan pembelian, dimensi dan indikator keputusan mahasiswa memilih sewa kamar kos, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan, keputusan pembelian dalam perpektif islam, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian ini menjelaskan tentang metode yang digunakan, dari jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas tentang hasil penelitian yang meliputi: gambaran obyek penelitian, deskripsi data responden, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reabilitas instrumen, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Terdapat uraian singkat mengenai hasil dari analisis yang dirangkum dalam kesimpulan dan memberikan saran untuk berbagai pihak yang bersangkutan.