

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat IAIN Kudus

STAIN Kudus bisa dibilang satu-satunya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di wilayah Panti Utara (Pantura) yang berada di bagian timur Jawa Tengah yang lokasinya dikelilingi oleh tujuh kabupaten yaitu terdiri dari Kabupaten Kudus, Kabupaten Pati, Kabupaten Jepara, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Demak, Kabupaten Blora, Kabupaten Rembang, dan Kabupaten Tuban Jawa Timur.

Secara geografis, IAIN Kudus memiliki dua tokoh pejuang Islam yaitu Sunan Kudus (Ja'far Shodiq) dan Sunan Muria (Raden Umar Said). Dua Wali Allah inilah yang memiliki sifat dan karakter yang patut menjadi panutan dan inspirasi dalam memajukan IAIN Kudus. Kata “Kudus” yang berada dibelakang kata IAIN memiliki dua arti yaitu, pertama, Kudus menandakan sebuah nama kota yang terkenal dengan kota jenang dan kretek. kedua, Kudus menandakan adanya semangat perjuangan dari dua tokoh Wali Allah yaitu Sunan Muria dan Sunan Kudus.¹

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus mempunyai tiga fungsi yang disebut dengan “Tri Dharma Perguruan Tinggi” yaitu, pertama, pendidikan dan pengajaran, kedua, penelitian, dan yang ketiga adalah pengabdian kepada masyarakat.

Berdasarkan Tri Dharma Perguruan Tinggi tersebut, IAIN Kudus secara umum memiliki dua peran dan tanggung jawab, yaitu sebagai berikut:²

- a. Peran dan tanggung jawab dalam bidang keilmuan, IAIN Kudus harus mempunyai tanggung jawab dalam proses memajukan konsep keislaman dan mengaplikasikan konsep kedalam kehidupan bermasyarakat dengan target masyarakat memiliki kemampuan, pengetahuan dan *lifeskill* (keterampilan hidup) secara maksimal.
- b. Peran dan tanggung jawab dalam bidang mensyiarkan ajaran islamiyah, IAIN Kudus harus memiliki misi mensyiarkan dan mengokohkan kualitas tauhid bagi masyarakat Islam

¹ *Profil IAIN Kudus*, <https://iainkudus.ac.id/temp/u01/profil.php>. Diakses Tanggal 3 Februari 2021.

² *Profil IAIN Kudus*, <https://iainkudus.ac.id/temp/u01/profil.php>. Diakses Tanggal 3 Februari 2021.

sehingga masyarakat benar-benar memiliki karakter Islam secara utuh dan komprehensif.

Bagian dari proses memaksimalkan sebuah peran dan tanggung jawab, maka IAIN Kudus memiliki visi dan keunggulan ilmu yang bernama “Islam Transformatif” yaitu sebuah pola pikir yang menjadikan karakter civitas akademika lebih humanis, damai, santun serta dapat menjunjung tinggi nilai-nilai dekmokrasi. Islam transformatif ditandai dengan adanya tiga pergeseran. Pertama, ketersediaan untuk melakukan pergeseran dari teks menuju konteks. Kedua, ketersediaan untuk melakukan pergeseran dari teori menuju aksi, dan ketiga, ketersediaan untuk melakukan pergeseran dari kesalahan individu menuju kesalahan sosial. Hal ini dapat diartikan sebagai profil umat Islam dan seluruh civitas akademika IAIN Kudus tidak cukup hanya dalam batas teori, tekstual dan kesalahan individu. Tiga sikap tersebut harus bergeser menuju aksi, kontekstual dan kesalahan sosial.³

2. Letak Geografis IAIN Kudus

Letak : Jalan Conge Ngembalrejo Bae Kudus, Provinsi Jawa Tengah PO BOX 51 Indonesia.

3. Visi dan Misi IAIN Kudus

a. Visi

Visi institut menjadi perguruan tinggi Islam unggul di bidang pengembangan ilmu Islam terapan

b. Misi

Misi institut menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk menghasilkan sarjana dengan keilmuan Islam yang humanis, aplikatif, dan produktif

4. Daerah Penelitian

Daerah penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah tempat kos yang berlokasi di daerah Conge Ngembal Rejo Kudus, tepatnya di sekitar kampus barat dan timur IAIN Kudus, dipilih peneliti untuk melakukan penelitian karena dikedua tempat tersebut banyak tempat kos yang dihuni oleh mahasiswa dan mahasiswi IAIN Kudus yang berasal dari luar daerah Kudus. Kedua tempat kos tersebut terdapat beragam penawaran yang ditawarkan pemilik kos. Mulai dari harga yang rendah hingga sampai harga yang tinggi, fasilitas kos yang seadanya sampai dengan fasilitas kos yang sangat lengkap, bahkan sampai dengan kos yang bersedia menyediakan jasa sewa kamar kos dengan

³ *Profil IAIN Kudus*, <https://iainkudus.ac.id/temp/u01/profil.php>. Diakses Tanggal 3 Februari 2021.

atmosphere yang nyaman dan berbeda dari tempat kos lainnya, seperti keunikan gedung kos, penataan kos yang rapi, pewarnaan ruangan, dan pencahayaan yang dapat membuat rasa nyaman dan menarik perhatian mahasiswa.

B. Deskripsi Data Responden

Penyajian data deskriptif ini bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian tersebut serta hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana cara pengambilan data atau informasi yang dibutuhkan peneliti tentang respon dari responden menggunakan kuesioner.

1. Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa S1 IAIN Kudus yang menggunakan jasa sewa kamar kos Di Kawasan kampus IAIN Kudus. Jumlah responden ada 96 responden. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari 96 responden melalui angket yang disebar dilapangan, diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, fakultas, tahun angkatan, pendapatan orang tua perbulan, pekerjaan orang tua, domisili orang tua, sistem pembayaran kos, biaya kos, tingkat penggunaan kos, dan domisili kos. Pengelompokan responden bertujuan untuk mengetahui gambaran responden secara jelas dan akurat sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	7	7,3
Perempuan	89	92,7
Total	96	100%

Sumber : data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan jenis kelamin responden, menunjukkan hasil bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan mendominasi dari jumlah total responden yaitu sebesar 89 responden berjenis kelamin

perempuan dengan tingkat presentase sebesar 92,7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 7 responden berjenis kelamin laki-laki dengan tingkat presentase sebesar 7,3%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Hasil persebaran responden berdasarkan Fakultas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Jumlah	Presentase (%)
TARBIYAH	52	54,2
FEBI	20	20,8
USHULUDIN	7	7,3
SYARIAH	5	5,2
DAKWAH	12	12,5
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.2 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Fakultas responden, menunjukkan hasil bahwa responden dari Fakultas Tarbiyah mendominasi dari jumlah total responden yaitu sebesar 52 responden berasal dari Fakultas Tarbiyah dengan tingkat presentase sebesar 54,2%. Kemudian diikuti dengan responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu sebesar 20 responden dengan tingkat presentase sebesar 20,8%, responden dari Fakultas Dakwah sebesar 12 responden dengan tingkat presentase sebesar 12,5%, responden dari Fakultas Ushuludin sebesar 7 responden dengan tingkat presentase sebesar 7,3%, dan responden dari Fakultas Syariah sebesar 5 responden dengan tingkat presentase sebesar 5,2%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Hasil persebaran responden berdasarkan Tahun Angkatan yaitu sebagai berikut:

Tahun Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase (%)
2016	3	3,1
2017	55	57,3
2018	17	17,7
2019	9	9,4

2020	12	12,5
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.3 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Tahun Angkatan, menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan Tahun Angkatan didominasi oleh responden tahun angkatan 2017 yaitu sebesar 55 responden dengan tingkat presentase sebesar 57,3%. Kemudian diikuti dengan responden tahun angkatan 2018 sebesar 17 responden dengan tingkat presentase sebesar 17,7%, responden tahun angkatan 2020 sebesar 12 responden dengan tingkat presentase sebesar 12,5%, respnden tahun angkatan 2019 yaitu sebesar 9 responden dengan tingkat presentase sebesar 9,4%, dan responden tahun angkatan 2016 yaitu sebesar 3 responden dengan tingkat presentase sebesar 3,1%.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua per Bulan

Hasil persebaran responden berdasarkan Pendapatan Orang Tua per Bulan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua Perbulan

Pendapatan Orang Tua perbulan	Jumlah	Presentase (%)
< Rp. 1.000.000	42	43,8
> Rp. 1.000.000 s/d < Rp. 2.000.000	29	30,2
> Rp. 2.000.000 s/d < Rp. 3.000.000	11	11,5
> Rp. 3.000.000 s/d < Rp. 4.000.000	10	10,4
> Rp. 5.000.000	4	4,2
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.4 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Pendapatan Orang Tua per Bulan, menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan orang tua per bulan didominasi oleh responden dengan pendapatan orang tua per bulan < Rp. 1.000.000 yaitu sebesar 42 responden dengan tingkat presentase sebesar 43,8%, kemudian diikuti dengan responden dengan pendapatan orang tua per bulan > Rp. 1.000.000 s/d < Rp. 2.000.000 yaitu sebesar 29 responden

dengan tingkat presentase sebesar 30,2%, responden dengan pendapatan orang tua per bulan > Rp. 2.000.000 s/d <Rp. 3.000.000 yaitu sebesar 11 responden dengan tingkat presentase sebesar 11,5%, responden dengan pendapatan orang tua per bulan > Rp. 3.000.000 s/d < Rp. 4.000.000 yaitu sebesar 10 responden dengan tingkat presentase sebesar 10,4%, dan responden dengan pendapatan orang tua per bulan > Rp. 5.000.000 yaitu sebesar 4 responden dengan tingkat presentase sebesar 4,2%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

Hasil persebaran responden berdasarkan Pekerjaan Orang Tua yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

Pekerjaan Orang Tua	Jumlah	Presentase (%)
Petani	37	38,5
PNS	4	4,2
Pegawai Swasta/Wiraswasta	27	28,1
Lainnya	28	29,2
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.5 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan pekerjaan orang tua, menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan Orang Tua didominasi oleh responden dengan pekerjaan orang tua sebagai Petani yaitu sebesar 37 dengan tingkat presentase sebesar 38,5%, kemudian diikuti dengan pekerjaan lainnya seperti, buruh tani, pembantu rumah tangga, dll yaitu sebesar 28 dengan tingkat presentase sebesar 29,2%, Pegawai Swasta/Wiraswasta yaitu sebesar 27 responden dengan tingkat presentase sebesar 28,1%, dan PNS yaitu sebesar 4 responden dengan tingkat presentase sebesar 4,2%.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Orang Tua

Hasil persebaran responden berdasarkan Domisili Orang Tua yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Orang Tua

Domisili Orang Tua	Jumlah	Presentase (%)
Jawa Tengah	92	95,8
Luar Jawa Tengah	4	4,2
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.6 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Domisili Orang Tua, menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan domisili orang tua didominasi oleh responden dengan domisili orang tua yang berasal dari wilayah Jawa Tengah yaitu sebesar 92 responden dengan tingkat presentase sebesar 95,8%, dan sebesar 4 responden dengan tingkat presentase sebesar 4,2% dari luar wilayah Jawa Tengah. Domisili orang tua responden mayoritas berada di Provinsi Jawa Tengah, hal ini dikarenakan IAIN Kudus didominasi oleh mahasiswa dan mahasiswi IAIN Kudus yang berasal dari wilayah Jawa Tengah (seperti: Kudus, Pati, Jepara, Rembang, Grobogan, Demak, Kendal, Tegal, Dan lain-lain).

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Sistem Pembayaran Kos

Hasil persebaran responden berdasarkan Sistem Pembayaran Kos yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Sistem Pembayaran Kost

Sistem Pembayaran Kost	Jumlah	Presentase (%)
Perbulan	18	18,8
Persemester	75	77,1
Lainnya	4	4,2
Total	96	100%

Sumber : data primer yang diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.7 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Sistem Pembayaran Kos menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan sistem pembayaran kos didominasi oleh responden dengan sistem pembayaran kos persemester yaitu sebesar 75 responden dengan tingkat presentase sebesar 77,1%, kemudian diikuti dengan sistem

pembayaran perbulan yaitu sebesar 18 responden dengan tingkat presentase sebesar 18,8%, dan 4 responden dengan sistem pembayaran lainnya dengan tingkat presentase sebesar 4,2%.

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Kos/kamar

Hasil persebaran responden berdasarkan Biaya Kos/Kamar yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Kos/kamar

Biaya Kost/Kamar	Jumlah	Presentase (%)
< R. 250.000	8	8,3
> Rp. 250.000 s/d < Rp. 500.000	12	12,5
> Rp. 500.000 s/d < Rp. 700.000	3	3,1
> Rp. 700.000 s/d < Rp. 900.000	26	27,1
> Rp. 900.000 s/d < Rp. 1.200.000	42	43,8
> Rp. 1.200.000	5	5,2
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.8 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Biaya Kos/Kamar menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan biaya kos/kamar didominasi oleh responden dengan biaya kos/kamar > Rp. 900.000 s/d < Rp. 1.200.000 yaitu sebesar 42 responden dengan tingkat presentase sebesar 43,8%, kemudian diikuti responden dengan biaya kos/kamar > Rp. 700.000 s/d < Rp. 900.000 yaitu sebesar 26 responden dengan tingkat presentase sebesar 27,1%, responden dengan biaya kos/kamar > Rp. 250.000 s/d Rp. 500.000 yaitu sebesar 12 responden dengan tingkat presentase sebesar 12,5%, responden dengan biaya kos/kamar < Rp. 250.000 yaitu sebesar 8 responden dengan tingkat presentase sebesar 8,3%, responden dengan biaya kos/kamar > Rp. 1.200.000 yaitu sebesar 5 responden dengan tingkat presentase sebesar 5,2%, dan responden dengan biaya kos/kamar > Rp. 500.000 s/d < Rp. 700.000 yaitu sebesar 3 responden dengan tingkat presentase sebesar 3,1%.

i. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penggunaan Kos

Hasil persebaran responden berdasarkan Tingkat Penggunaan Kos yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penggunaan Kos

Tingkat Penggunaan Kos	Jumlah	Presentase (%)
1 kali	38	39,6
2 kali	15	15,6
3 kali	14	14,6
> 3 kali	29	30,2
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.9 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Tingkat Penggunaan Kos menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat penggunaan kos didominasi oleh responden dengan tingkat penggunaan kos 1 kali yaitu sebesar 38 responden dengan tingkat presentase sebesar 39,6%, kemudian diikuti responden dengan tingkat penggunaan kos > 3 kali yaitu sebesar 29 responden dengan tingkat presentase sebesar 30,2%, responden dengan tingkat penggunaan kos 2 kali yaitu sebesar 15 responden dengan tingkat presentase sebesar 15,6%, dan responden dengan tingkat penggunaan kos 3 kali yaitu sebesar 14 responden dengan tingkat presentase sebesar 14,6%.

j. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kos

Hasil persebaran responden berdasarkan Domisili Kos yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kos

Domisili Kos	Jumlah	Presentase (%)
Daerah Kampus Barat IAIN Kudus	24	25,0
Daerah Kampus Timur IAIN Kudus	72	75,0
Total	96	100%

Sumber: data primer diolah tahun 2020.

Hasil Tabel 4.10 diketahui bahwa dari 96 responden yang digolongkan berdasarkan Domisili Kos menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan domisili kos didominasi oleh responden dengan domisili kos di Daerah Kampus Timur IAIN Kudus yaitu sebesar 72 responden dengan tingkat presentase sebesar 75,0%, sedangkan responden dengan domisili kos di Daerah Kampus Barat IAIN Kudus hanya sebesar 24 responden dengan tingkat presentase sebesar 25,0%. Dengan demikian, mayoritas mahasiswa dan mahasiswi S1 IAIN Kudus yang menggunakan jasa sewa kamar kos lebih banyak memilih kos yang berlokasi di daerah kampus timur dikarenakan dekat dengan rumah makan, pertokoan, fotocopy, babershop, jalan raya, dan lain-lain.

C. Analisis Deskripsi Masing-masing Variabel

Analisis deskripsi bertujuan untuk melihat gambaran mengenai jawaban kuesioner dari responden atas pertanyaan atau pernyataan yang telah diajukan. Berikut adalah hasil pengolahan data dengan menggunakan *software Microsoft Excel* dan *SPSS* versi 16.0.

1. Deskripsi Variabel Harga (X_1)

Harga merupakan sejumlah *value* yang diserahkan pelanggan kepada produsen yang bertujuan memperoleh utilitas dari produk atau jasa. Variabel harga (X_1) diukur dengan 4 Item pertanyaan. Hasil deskripsi data dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4.11
Data Distribusi Frekuensi Harga (X₁)

No	Item	Frekuensi					Total F1	Skor Total	Rata- rata
		SS	S	RR	TS	STS			
1	X1.1	38	41	14	3	0	96	402	4,19
2	X1.2	41	38	13	4	0	96	404	4,21
3	X1.3	38	41	15	2	0	96	403	4,20
4	X1.4	37	42	13	4	0	96	400	4,17
Rata-rata								402,25	4,19

Sumber: Hasil olahan data tahun 2020

Berdasarkan hasil jawaban responden pada tabel 4.11 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden memberi jawaban setuju terhadap empat item pertanyaan dari variabel harga dengan nilai rata-rata sebesar 4,19.

Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,21 ditunjukkan pada item nomor 2 yaitu “Harga sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan”. Bagi pengguna kos, faktor harga yang sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan adalah sebuah faktor pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos Di Kawasan IAIN Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa berharap harga sewa kamar kos sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,17 ditunjukkan pada item nomor 4 yaitu “Harga sewa kamar kos sesuai dengan manfaat yang didapatkan dari menggunakan jasa sewa kamar kos”. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap harga sewa kamar kost belum sesuai dengan manfaat yang didapatkan dari menggunakan jasa sewa kamar kos.

2. Deskripsi Variabel Fasilitas (X₂)

Fasilitas kos merupakan segala sesuatu yang disediakan pemilik kos yang dapat digunakan, ditempati, dan dinikmati oleh pelanggan bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam menggunakan jasa sewa kamar kos tersebut. Variabel fasilitas (X₂) diukur dengan 7 Item pertanyaan. Hasil deskripsi data dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4.12
Data Distribusi Frekuensi Fasilitas (X₂)

No	Item	Frekuensi					Total F1	Skor Total	Rata- rata
		SS	S	RR	TS	STS			
1	X2.1	36	45	12	3	0	96	402	4,19
2	X2.2	36	44	14	2	0	96	402	4,19
3	X2.3	37	43	13	3	0	96	402	4,19
4	X2.4	41	38	14	2	1	96	404	4,21
5	X2.5	40	41	11	4	0	96	405	4,22
6	X2.6	39	44	10	3	0	96	407	4,24
7	X2.7	39	45	9	3	0	96	408	4,25
Rata-rata								404,29	4,21

Sumber: Hasil olahan data tahun 2020

Berdasarkan hasil jawaban dari responden pada tabel 4.12 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden memberi jawaban setuju terhadap tujuh item pertanyaan dari variabel fasilitas yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 4,21.

Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,25 ditunjukkan pada item nomor 7 yaitu “Tersedianya poster peringatan dan sanksi (seperti tata tertib kos dan peringatan menjaga kebersihan)”. Bagi penghuni kos, faktor tersedianya poster atau tulisan mengenai beberapa peringatan agar menjaga kebersihan dan tata tertib dalam kos merupakan salah satu faktor yang diharapkan dapat ditaati oleh semua penghuni kos demi terciptanya tata tertib dan kenyamanan bersama, seperti dilarang membuang sampah sembarangan, dilarang membawa tamu laki-laki, dan lain-lain. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,19 ditunjukkan pada item nomor 1, 2, dan 3 yaitu lokasi kos, penempatan fasilitas kos, dan tersedianya fasilitas kamar (kasur, meja belajar, dan lemari) belum sesuai dengan harapan mahasiswa. Baik itu karena lokasi kos kurang strategis dari jalan raya, pertokoan dan tempat makan, penempatan fasilitas kos yang masih belum tertata rapi, dan fasilitas kamar yang belum memadai, seperti kasur sudah usang, lemari ada yang rusak, dan lain-lain.

3. Deskripsi Variabel Atmosphere (X₃)

Kos *atmosphere* adalah penciptaan suasana yang sudah dirancang sesuai dengan pasar sarannya dengan mengombinasikan dengan ciri fisik seperti gaya bangunan,

penataan ruangan, pewarnaan, pencahayaan, tata letak dan lain-lain, dimana semua itu saling berkaitan dalam menciptakan citra perusahaan dalam benak pelanggan. Variabel *atmosphere* (X_3) diukur dengan 9 item pertanyaan. Hasil deskripsi data dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4.13
Data Distribusi Frekuensi Suasana (X_3)

No	Item	Frekuensi					Total F1	Skor Total	Rata- rata
		SS	S	RR	TS	STS			
1	X3.1	36	48	8	3	1	96	403	4,20
2	X3.2	36	47	8	4	1	96	401	4,18
3	X3.3	32	56	4	3	1	96	403	4,20
4	X3.4	30	57	7	2	0	96	403	4,20
5	X3.5	33	53	6	4	0	96	403	4,20
6	X3.6	29	59	5	3	0	96	402	4,19
7	X3.7	31	57	5	2	1	96	403	4,20
8	X3.8	36	54	3	2	1	96	410	4,27
9	X3.9	31	55	8	2	0	96	403	4,20
Rata-rata								403,44	4,20

Sumber: Hasil olahan data tahun 2020

Berdasarkan hasil jawaban dari responden pada tabel 4.13 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden memberi jawaban setuju terhadap sembilan item pertanyaan dari variabel *atmosphere* yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 4,20.

Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,27 ditunjukkan pada item nomor 8 yaitu “Didalam kos tersedia rak sepatu untuk meletakkan sepatu”. Bagi pengguna kos, faktor didalam kos tersedia rak sepatu untuk meletakkan sepatu merupakan faktor pertimbangan mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa berharap didalam kos tersedia rak sepatu untuk meletakkan sepatu. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,18 ditunjukkan pada item nomor 2 yaitu “Tersedianya papan nama kos sehingga lokasi kos mudah ditemukan”. Hasil ini menunjukkan bahwa kebanyakan tempat kos yang ditempati mahasiswa belum memiliki papan nama kos sehingga dalam mencari lokasi kos sedikit susah untuk ditemukan.

4. Deskripsi Variabel Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos (Y)

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan yang dilalui pelanggan dalam pengambilan keputusan dimana pelanggan secara nyata melakukan pembelian terhadap produk atau jasa. Variabel keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos (Y) diukur dengan 8 item pertanyaan. Hasil deskripsi data dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4.14

Data Distribusi Frekuensi Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos (Y)

No	Item	Frekuensi					Total F1	Skor Total	Rata-rata
		SS	S	RR	TS	STS			
1	Y1	32	47	15	2	0	96	397	4,14
2	Y2	28	52	15	1	0	96	395	4,11
3	Y3	33	46	14	2	1	96	396	4,13
4	Y4	30	50	14	2	0	96	396	4,13
5	Y5	28	48	19	1	0	96	391	4,07
6	Y6	33	53	8	2	0	96	405	4,22
7	Y7	32	47	14	2	1	96	395	4,11
8	Y8	33	48	10	5	0	96	397	4,14
Rata-rata								396,50	4,13

Sumber: Hasil olahan data tahun 2020

Berdasarkan hasil jawaban dari responden pada tabel 4.14 menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden memberi jawaban setuju terhadap delapan item pertanyaan dari variabel keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 4,13.

Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,22 ditunjukkan pada item nomor 6 yaitu “Kamar kos yang dibeli nyaman sebagai tempat tinggal”. Bagi pengguna kos, faktor kamar kos yang nyaman sebagai tempat tinggal merupakan faktor pertimbangan utama mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memilih ruang kamar kos yang memiliki suasana nyaman untuk ditinggali. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,07 ditunjukkan pada item nomor

5 yaitu “Sewa kamar kos yang saya beli sesuai dengan keinginan”. Hasil ini menunjukkan bahwa kamar kos yang dibeli mahasiswa belum sesuai dengan keinginan mereka seperti, kurangnya area parkir kendaraan, suhu ruang kamar panas, dan lain-lain.

D. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah variabel penelitian yaitu ada 28 pertanyaan yang harus ditanggapi oleh responden. Item yang memiliki korelasi positif dengan skor total dan korelasi dengan nilai tertinggi menunjukkan item pertanyaan tersebut memiliki tingkat validitas yang tinggi. Data dinyatakan valid yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (r_{tabel} 0,20). Hasil uji validitas yaitu:

Tabel 4.15
Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X1.1	0,835	0,20	Valid
2	X1.2	0,903	0,20	Valid
3	X1.3	0,885	0,20	Valid
4	X1.4	0,847	0,20	Valid

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel harga (X₁) memiliki koefisien korelasi $> r_{tabel}$ (0,20). Indikator yang memiliki tingkat validitas tertinggi terdapat pada item nomor 2 yaitu sebesar 0,903. Sedangkan untuk indikator yang memiliki tingkat validitas terendah terdapat pada item nomor 1 yaitu sebesar 0,835.

Tabel 4.16
Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₂)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X2.1	0,763	0,20	Valid
2	X2.2	0,676	0,20	Valid
3	X2.3	0,708	0,20	Valid
4	X2.4	0,731	0,20	Valid
5	X2.5	0,780	0,20	Valid
6	X2.6	0,814	0,20	Valid
7	X2.7	0,752	0,20	Valid

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel fasilitas (X_2) memiliki koefisien $> r_{tabel}$ (0,20). Indikator yang memiliki tingkat validitas tertinggi terdapat pada item nomor 6 yaitu sebesar 0,814. Sedangkan untuk indikator yang memiliki tingkat validitas terendah terdapat pada item nomor 2 yaitu sebesar 0,676.

Tabel 4.17
Uji Validitas Variabel Suasana (X_3)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X3.1	0,901	0,20	Valid
2	X3.2	0,852	0,20	Valid
3	X3.3	0,876	0,20	Valid
4	X3.4	0,851	0,20	Valid
5	X3.5	0,906	0,20	Valid
6	X3.6	0,935	0,20	Valid
7	X3.7	0,931	0,20	Valid
8	X3.8	0,935	0,20	Valid
9	X3.9	0,718	0,20	Valid

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel suasana (X_3) memiliki koefisien $> r_{tabel}$ (0,20). Indikator yang memiliki tingkat validitas tertinggi terdapat pada item nomor 6 dan 8 yaitu sebesar 0,935. Sedangkan data yang memiliki tingkat validitas terendah terdapat pada item nomor 9 yaitu sebesar 0,718.

Tabel 4.18
Uji Validitas Variabel Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos (Y)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	Y1	0,755	0,20	Valid
2	Y2	0,786	0,20	Valid
3	Y3	0,749	0,20	Valid
4	Y4	0,793	0,20	Valid
5	Y5	0,770	0,20	Valid
6	Y6	0,816	0,20	Valid
7	Y7	0,842	0,20	Valid
8	Y8	0,782	0,20	Valid

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos (Y) memiliki tingkat koefisien korelasi $> r_{tabel}$ (0,20). Indikator yang memiliki tingkat validitas tertinggi terdapat pada item nomor 7 yaitu sebesar 0,842. Sedangkan data yang memiliki tingkat validitas terendah terdapat pada item nomor 3 yaitu sebesar 0,749.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna mengukur sejauh mana alat pengukur data bisa dipercaya dengan menggunakan rumus *cronbach alpha* (α). Uji reliabilitas dapat dilihat dengan cara melihat koefisien *alpha* dengan melakukan reliability analisis menggunakan SPSS. Suatu variabel penelitian bisa dinyatakan *reliable* jika dapat memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> (α)	Reliabilitas
Harga	0,890	Reliabel
Fasilitas	0,867	Reliabel
Suasana	0,963	Reliabel
Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos	0,912	Reliabel

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Suasana (X_3), dan Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos (Y) memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Dengan demikian, seluruh variabel tersebut bisa dinyatakan reliabel serta syarat reliabilitas alat ukur terpenuhi.

E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna mengetahui apakah data penelitian bisa dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan uji asumsi klasik supaya hasil dan analisis bisa efisien dan tidak bias. Adapun kriteria uji asumsi klasik yaitu:

1. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan guna mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan korelasi yang kuat antar variabel bebas. Gejala multikolonieritas tidak terjadi jika nilai

tolerance > 0,10 dan jika nilai VIF < 10. Hasil uji multikolonieritas yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel Penelitian	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0.591	1.692
Fasilitas (X2)	0.590	1.695
Atmosphere (X3)	0.628	1.593

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil uji multikolonieritas menunjukkan nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0,10 serta nilai VIF < 10. Dengan demikian, tidak terjadi gejala multikolonieritas antar variabel bebas dalam penelitian.

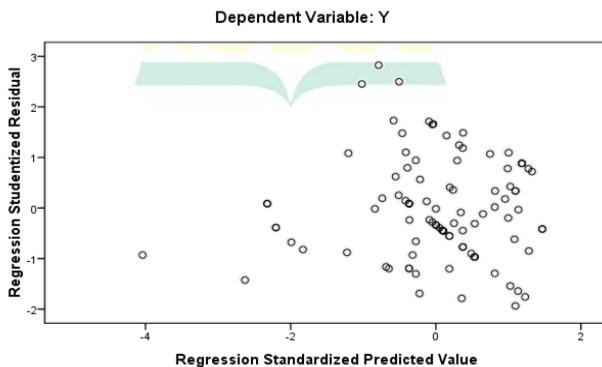
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna menguji apakah dalam sebuah model regresi tidak terjadi kesamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot*. Uji *scatterplot* dapat diketahui jika titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu y maka dapat dinyatakan sebuah model regesi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil uji yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

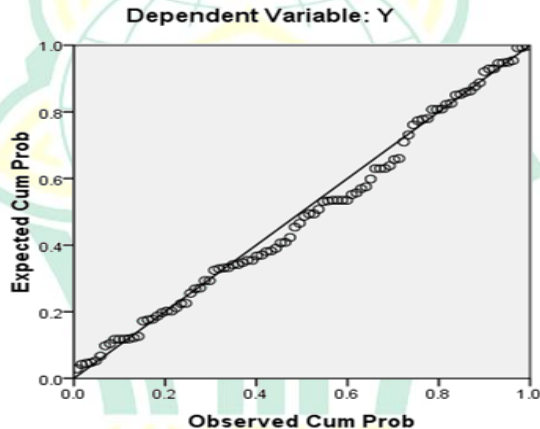
Berdasarkan hasil uji *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola

tertentu baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan guna mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan grafik normal P-Plot. Data dapat dinyatakan normal jika data menyebar disekitar grafik histogram dan mengikuti arah garis histogramnya maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas yaitu:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Grafik normal P-Plot menunjukkan pola titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis histogramnya. Dengan demikian, data dapat dinyatakan berdistribusi normal serta model regresi memenuhi asumsi normalitas.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan guna mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas (harga, fasilitas, dan suasana) terhadap variabel terikat (keputusan mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos), yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.512	2.583		2.134	.036
X1	.661	.150	.391	4.411	.000
X2	.334	.102	.290	3.261	.002
X3	.175	.070	.214	2.482	.015

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji regresi di atas terbentuk persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 5,512 + 0,661 X_1 + 0,334 X_2 + 0,175 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan mahasiswa memilih sewa kamar kost
- a = Konstanta
- X₁ = Harga
- X₂ = Fasilitas
- X₃ = Suasana
- e = Standar error

Persamaan regresi linear berganda di atas menunjukkan adanya pengaruh antara harga, fasilitas dan *atmosphere* (suasana) terhadap keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos.

- a. Nilai konstanta menunjukkan nilai positif yaitu 5,512 yang berarti jika harga, fasilitas, dan suasana memiliki nilai sebesar 0 maka nilai dari keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos adalah 5,512.
- b. Nilai koefisien regresi linear berganda dari Harga (X₁) sebesar 0,661 menunjukkan besarnya pengaruh Harga terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos searah (positif) artinya jika Harga meningkat 1% maka Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos akan mengalami peningkatan sebesar 0,661. Jika terjadi penurunan sebesar 1% maka variabel Harga akan menurunkan Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos sebesar 0,661.
- c. Nilai koefisien regresi linear berganda dari Fasilitas (X₂) yaitu 0.334 menunjukkan besarnya pengaruh Fasilitas terhadap

Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos searah (positif) artinya jika Fasilitas meningkat 1% maka Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos akan mengalami peningkatan sebesar 0,334. Jika terjadi penurunan sebesar 1% maka variabel Fasilitas akan menurunkan Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos sebesar 0,334.

- d. Nilai koefisien regresi linear berganda dari Suasana (X_3) sebesar 0,175 menunjukkan besarnya pengaruh Suasana terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos searah (positif) artinya jika Suasana meningkat 1% maka Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos akan mengalami peningkatan sebesar 0,175. Jika terjadi penurunan sebesar 1% maka variabel Suasana akan menurunkan Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos sebesar 0,175.
- e. Persamaan $Y = 5,512 + 0,661 X_1 + 0,334 X_2 + 0,175 X_3 + e$ dapat disimpulkan bahwa variabel terbesar yang mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos adalah Harga, hal ini dapat dilihat dengan hasil nilai koefisien regresi linear berganda yang paling besar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi pada variabel Fasilitas dan Suasana.

G. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah dibuat dengan melihat seberapa besar pengaruh dari variabel harga (X_1), fasilitas (X_2), dan suasana (X_3) terhadap keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos (Y). Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t (parsial) dengan cara menguji pengaruh dari masing-masing variabel terhadap keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos.

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Tabel distribusi t dicari derajat pada tingkat kebebasan (df) $n-k-1$. (n) merupakan jumlah dari sampel penelitian dan (k) merupakan jumlah variabel bebas dalam penelitian yaitu ada 3 variabel bebas. Maka, $df = (96 - 3 - 1) = 92$. Tingkat signifikansi sebesar 5% yaitu 1,662. Jika nilai dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.22
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.512	2.583		2.134	.036
Harga (X1)	.661	.150	.391	4.411	.000
Fasilitas (X2)	.334	.102	.290	3.261	.002
<i>Atmosphere</i> (X3)	.175	.070	.214	2.482	.015

Sumber: Output data SPSS diolah tahun 2021

Hasil analisis uji t yaitu sebagai berikut:

- a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $4,411 > t_{tabel}$ yaitu 1,662 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, $H1$ “Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos” diterima.

- b. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $3,261 > t_{tabel}$ yaitu 1,662 dengan taraf signifikansi $0,002 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, $H2$ “Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos” diterima.

- c. Pengaruh *Atmosphere* (Suasana) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,482 > t_{tabel}$ yaitu 1,662 dengan taraf signifikansi $0,015 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, $H3$ “Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos” diterima.

H. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas (Harga, Fasilitas, Suasana) dalam menjelaskan variabel terikat (Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos) dengan melihat hasil dari *Adjusted R Square*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.23
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.756 ^a	.572	.558	3.139	2.291

Sumber Data: Output data SPSS diolah tahun 2020.

Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan hasil 0,558 yang berarti variabel keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos dapat dijelaskan dari variabel bebas (Harga, Fasilitas, dan Suasana) sebesar 55,8%. Sedangkan, sisanya 44,2% dipengaruhi oleh variabel bebas lain, seperti: lokasi, keamanan, dan lain-lain.

I. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos

Variabel Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus, hal ini bisa dibuktikan dari *output* data SPSS pada tabel 4.22 menunjukkan hasil nilai t_{hitung} dari variabel harga sebesar 4,411 > nilai t_{tabel} yaitu 1,662 dan taraf signifikansi diperoleh hasil 0,000 < 0,05 secara parsial. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian ini selaras dengan teori yang dijelaskan oleh Kotler bahwa harga merupakan jumlah seluruh *value* yang ditagihkan kepada konsumen guna mendapatkan sebuah utilitas dari produk atau jasa. Dari perspektif pelanggan, harga kerap digunakan sebagai alat ukur nilai jika harga dikaitkan dengan utilitas yang dirasakan konsumen dari mengkonsumsi produk atau jasa. Disertai dengan adanya empat dimensi harga, yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.⁴

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

Adapun Islam telah mengajarkan dalam kegiatan perdagangan bahwa harga harus senilai dengan barang yang dibeli konsumen serta nilai barang tersebut senilai dengan harga yang diserahkan konsumen setelah itu dilanjutkan proses *ijab qabul* yang sah dengan saling ridha meridhai. Dari proses tersebut terciptalah keadilan harga dalam kegiatan perdagangan. Pernyataan ini sesuai dengan Al Qur'an surat An-Nisa ayat 29.⁵

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang ditulis oleh Sitti Hajar, Made Susilawati, D.P.E Nilakusmawati yang berjudul "Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kos" menunjukkan hasil variabel harga berpengaruh terhadap mahasiswa dalam memilih rumah kos dengan nilai eigen sebesar 2,307 dan variasi sebesar 10,986%. Penelitian ini membuktikan bahwa kondisi dari harga yang ditawarkan pemilik kos terjangkau oleh mahasiswa, harga sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, harga sewa kamar kos mampu bersaing dengan tempat kos lainnya, dan harga sewa kamar kos sesuai dengan manfaat yang didapat.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos

Variabel Fasilitas memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus, hal ini bisa dibuktikan dari *output* data SPSS pada tabel 4.22 menunjukkan hasil nilai t_{hitung} dari variabel fasilitas sebesar 3,261 > nilai t_{tabel} yaitu 1,662 dan taraf signifikansi diperoleh hasil 0,002 < 0,05 secara parsial. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penelitian ini selaras dengan teori yang dijelaskan oleh Tjiptono bahwa fasilitas jasa bisa mempengaruhi kualitas jasa dimata konsumen dari sudut pandang yang terbentuk dari hubungan antara konsumen dengan fasilitas jasa. Disertai dengan adanya enam dimensi fasilitas jasa, yaitu: Perencanaan Spasial, Perencanaan Ruang, Perlengkapan, Tata Cahaya, Warna, dan Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Dalam jasa memiliki desain fasilitas yang berkaitan erat dengan pembentukan persepsi konsumen. Dengan demikian, desain

⁵ Al-Qur'an An-Nisa' ayat 29, *Al Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Mubin, 2013), 71.

fasilitas kos yang cukup lengkap bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.⁶

Allah SWT telah memerintahkan kepada manusia agar bekerja keras sebagai bentuk usaha manusia dalam mencari harta, ilmu, pengaruh, dan kedudukan berdasarkan nilai-nilai kebenaran. Semua itu adalah sarana yang dapat membentuk individu yang beriman dan bertakwa kepada Allah SWT. sehingga akan timbul sikap hidup yang sederhana, rasa sosial yang tinggi, dan selalu bersyukur kepada Allah SWT. Bukan sebaliknya, apa yang telah diusahakan dan diraih itu adalah sesuatu yang dapat menjadikan pribadi yang sombong, seperti halnya menonjolkan dan bermegah-megahan dalam menggunakan fasilitas kos yang pada akhirnya mereka akan berada pada kekufuran dan jauh dari Allah SWT dan Rasulullah SAW. Pernyataan ini sesuai dengan Al Qur'an surat At-Takasur ayat 1-5.⁷

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang ditulis oleh Sitti Hajar, Made Susilawati, D.P.E Nilakusmawati yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kos” menunjukkan hasil variabel fasilitas berpengaruh terhadap mahasiswa dalam memilih rumah kos dengan nilai eigen yaitu 1,577 dan variasi sebesar 7,511%. Penelitian ini membuktikan bahwa kondisi dari fasilitas yang ditawarkan penyedia jasa dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos. Faktor tersebut berdasarkan adanya berbagai jenis fasilitas yang ditawarkan penyedia jasa, seperti: fasilitas kamar (kasur, bantal dan lemari), fasilitas umum (kamar mandi/WC, tempat parkir, dapur), fasilitas tambahan (pendingin ruangan AC/kipas angin, Wifi, televisi, kulkas), dan fasilitas kamar kos yang tertata rapi.

3. Pengaruh Suasana Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Sewa Kamar Kos

Menurut Berman dan Evans, kos *atmosphere* merupakan ciri khas fisik yang dimanfaatkan dalam membentuk

⁶ Ibnu Sina Hi, Dkk. “Pengaruh Periklanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Grand Dafam Bela Ternate (Studi Pada Tamu Yang Menginap Di Hotel)”, *Jurnal Manajemen Sinergi (JMS) ISSN 2534-855X* Vol. 5, No. 2 (2018) 1-96.

⁷ Al-Qur'an At-Takasur ayat 1-6, *Al Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Mubin, 2013), 71.

citra kos serta menarik konsumen. Konsep kos *atmosphere* berkaitan erat dengan citra kos. Berbagai faktor yang digabungkan guna membentuk citra kos adalah sebuah jasa yang dijual, tata letak jasa, desain ruang, dan suasana ruang kamar yang bertujuan untuk menarik keputusan pembelian konsumen.⁸

Cinta kepada keindahan merupakan kesukaan setiap manusia. Cinta kepada keindahan merupakan sebuah fitrah yang dianugerahkan Allah SWT kepada hambanya. Bukti bahwa Allah SWT Sang Pencipta Keindahan yaitu dengan adanya salah satu dari nama *al-asma al-Husna* yaitu *al-Badi'* yang memiliki arti Dia adalah Tuhan yang Maha Indah. Hal ini juga sesuai dengan hadis riwayat Muslim, yaitu:

Artinya: “*Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan mencintai keindahan*” (HR. Muslim).⁹

Maka, sebagai pengusaha muslim hendaknya dapat memperindah, merapikan, dan menjaga kebersihan kos agar dapat menarik konsumen. Karena kos yang nyaman dan bersih dapat memberikan citra kos dibenak konsumen.

Variabel *Atmosphere* (suasana) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kos Di Kawasan IAIN Kudus, hal ini bisa dibuktikan dari hasil *output* data SPSS pada tabel 4.22 diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel suasana 2,482 > nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,662 dan nilai taraf signifikansi diperoleh hasil 0,015 < 0,05 secara parsial. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang ditulis oleh Christian Gunawan, Dkk yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* Dan Hotel *Atmosphere* Terhadap Keputusan Menginap Di Swissotel, Jakarta Utara” menunjukkan hasil bahwa hotel *atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Swissotel Jakarta Utara. Hasil ini membuktikan bahwa kondisi kos *atmosphere* yang ditawarkan penyedia jasa dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih jasa sewa kamar kos. Berdasarkan adanya pengaturan dari dimensi kos *atmosphere* yaitu: *exterior, general interior, store layout*, dan *display* dimana keempat dimensi

⁸ Barry Berman, Dkk, *Retail Management a Strategic Approach, Thirteenth Edition Global Edition* (New Jersey: Pearson Education Limited, 2018), 464.

⁹ Muhammad Irfan Helmy, *Cermin Muslim* (Pati: Maghza Pustaka, 2020), 41.

tersebut didesain sebgas mungkin untuk merangsang kenyamanan penghuni kos.

