

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI SERTA BUKTI FISIK  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MEMILIH MITRA KOST DI KOTA PONTIANAK**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**MUARIF FAUZI**

**NIM : 141310625**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
2019**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan bimbingannya.
2. Bapak Samsuddin SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak atas dukungan dan motivasinya.
3. Bapak Edy Suryadi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan hingga dapat terselesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Syafrani Daniel, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah bersedia memberikan petunjuk dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak H. Fauzi selaku pemilik Mitra Kost yang telah memberikan izin dan bantuan selama penulis melakukan penelitian.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Akademik pada Universitas Muhammadiyah Pontianak atas segala bantuan dan dukungan.
7. Kedua Orang Tua dan saudara saudari penulis, kaka Sarofah, Safitri dan abang Sulis, Tri, yang selalu memberikan dukungan baik materi maupun doa, perhatian dan dorongannya selama ini.
8. Teman-teman budak kopi yang mengingatkan untuk mengerjakan tugas skripsi ini.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Angkatan 2014 khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentunya masih banyak diperlukan perbaikan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

**Pontianak, Juni 2019**

**Muarif Fauzi**  
**NIM : 141310625**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi serta bukti fisik terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost di Kota Pontianak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menyewa kamar Mitra Kost pada tahun 2019. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 responden, yang di ambil dari jumlah populasi pengguna jasa sewa Mitra Kost pada tahun 2019 sebanyak 30 orang. Teknik sampling yang di gunakan adalah sampel jenuh dimana semua populasi dijadikan sampel. Analisis data yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji pengaruh simultan (uji F), dan uji pengaruh parsial (uji t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda adalah :  $Y = 6,788 + 0,577X_1 + 0,258X_2 + 1,195X_3$ . Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,660. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga, lokasi, dan bukti fisik dengan variabel keputusan konsumen adalah kuat. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,435. Hal ini berarti bahwa 43,5% keputusan konsumen memilih Mitra Kost dapat dijelaskan oleh harga, lokasi, dan bukti fisik, sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,5% keputusan konsumen memilih Mitra Kost dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung  $6,683 > F$  tabel  $4,20$ , dan nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa harga dan lokasi serta bukti fisik secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost. Hasil uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa harga dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost, sedangkan bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Bukti Fisik, Keputusan Konsumen

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1       PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Metode Penelitian.....	11
<b>BAB II       LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran.....	22
B. Pengertian Jasa.....	22
C. Bauran Pemasaran Jasa.....	23
D. Keputusan Pembelian.....	31
<b>BAB III       GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Kota Pontianak.....	33

B.	Jumlah Penduduk Kota Pontianak.....	33
C.	Sejarah Singkat Mitra Kost. ....	35
D.	Struktur Organisasi.....	36
E.	Aspek Pemasaran. ....	37
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A.	Karakteristik responden.....	39
B.	Uji instrumen.....	42
1.	Uji validitas.....	42
2.	Uji reabilitas.....	45
C.	Uji Normalitas . ....	48
D.	Uji Linieritas.....	48
E.	Uji multikolinieritas. ....	50
F.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
G.	Analisis Koefisien Korelasi r .....	53
H.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). ....	53
I.	Uji Pengaruh simultan (Uji F).....	54
J.	Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	54
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A.	Kesimpulan.....	56
B.	Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Biaya Sewa Perbulan 2016-2018. ....	3
Tabel 1.2	Tingkat Pemakaian Kamar. ....	4
Tabel 1.3	Jumlah Konsumen .....	4
Tabel 1.4	Jumlah Pendapatan Usaha.....	5
Tabel 1.5	Sekala pengukuran Variabel Penelitian. ....	14
Tabel 1.6	Pedoman dan Interpretasi Nilai r. ....	18
Tabel 3.1	Batas Wilayah Kota Pontianak .....	33
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Kota Pontianak .....	35
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden. ....	39
Tabel 4.2	Umur Responden.....	40
Tabel 4.3	Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden. ....	41
Tabel 4.5	Status Pernikahan Responden. ....	41
Tabel 4.6	Frekuensi Penggunaan Kost.....	41
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga $X_1$ .....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi $X_2$ .....	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik $X_3$ .....	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen Y.....	44

Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen Y.....	45
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga X <sub>1</sub> .....	46
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi X <sub>2</sub> .....	46
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bukti Fisik X <sub>3</sub> .....	47
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen Y.....	47
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas Harga .....	49
Tabel 4.18	Hasil Uji linieritas Lokasi .....	49
Tabel 4.19	Hasil Uji linieritas Bukti Fisik .....	50
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinearitas .....	51
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.22	Hasil Analisis Koefisien Korelasi R .....	53
Tabel 4.23	Hasil Uji pengaruh Simultan (Uji F).....	54
Tabel 4.24	Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 2.1	Proses Keputusan pembelian.....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jumlah Kost Yang Ada Di Kota Pontianak .....	59
Lampiran 2	Kuesioner.....	64
Lampiran 3	Karakteristik Responden.....	68
Lampiran 4	Tabulasi Harga Variabel (X1). .....	70
Lampiran 5	Tabulasi Lokasi Variabel (X2). .....	71
Lampiran 6	Tabulasi Bukti Fisik Variabel (X3). .....	72
Lampiran 7	Tabulasi Keputusan Konsumen variabel (Y).....	73
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas X <sub>1</sub> (SPSS 19). .....	75
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas X <sub>2</sub> (SPSS 19).....	76
Lampiran 10	Hasil Uji Validitas X <sub>3</sub> (SPSS 19). .....	77
Lampiran 11	Hasil Uji Validitas Y (SPSS 19).....	78
Lampiran 12	Hasil Uji Ulang Validitas Y (SPSS 19).....	81
Lampiran 13	Hasil Uji Reliabilitas X <sub>1</sub> (SPSS 19).....	84
Lampiran 14	Hasil Uji Reliabilitas X <sub>2</sub> (SPSS 19).....	85
Lampiran 15	Hasil Uji Reliabilitas X <sub>3</sub> (SPSS 19).....	86
Lampiran 16	Hasil Uji Reliabilitas Y (SPSS 19).....	87
Lampiran 17	Hasil Uji Normalitas (SPSS 19).....	88
Lampiran 18	Hasil Uji Linieritas X <sub>1</sub> (SPSS 19).....	89
Lampiran 19	Hasil Uji Linieritas X <sub>2</sub> (SPSS 19).....	89

Lampiran 20	Hasil Uji Linieritas X3 (SPSS 19).....	90
Lampiran 21	Hasil Uji Multikolinieritas (SPSS 19).....	90
Lampiran 22	Uji Regresi Linier Berganda (SPSS 19).....	91
Lampiran 23	Uji Koefisien korelasi r dan Determinasi (R).....	92
Lampiran 24	Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	92
Lampiran 25	Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini kualitas sumber daya manusia dipandang sebagai salah satu faktor kunci dalam era perdagangan bebas. Perguruan tinggi sebagai satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi mempunyai peranan penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, sehingga banyak pelajar yang telah lulus dari SMA ataupun SMK berusaha untuk melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi negeri ataupun swasta, baik di dalam kota maupun di luar kota.

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 perguruan tinggi yang ditentukan oleh penyedia beasiswa.

Oleh karena itu, meninggalkan daerah atau kota kelahiran dan menetap di daerah atau kota tempat perguruan tinggi yang diinginkan berada harus menjadi pilihan. Seperti halnya Universitas Muhammadiyah Pontianak, di mana mahasiswanya berasal dari berbagai daerah di Kalimantan Barat, yang mengharuskan mereka untuk memiliki tempat tinggal selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Tempat tinggal yang dimaksud adalah dengan membeli rumah, menyewa rumah, atau menyewa rumah kost.

Setiap mahasiswa memiliki preferensi yang berbeda dalam hal memilih rumah kost, dan banyak hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih kost misalnya ada yang memilih kost dengan lokasi yang strategis seperti dekat dengan kampus, tempat makan, warnet, *fotocopy*, *shopping center*, atau tempat-tempat hiburan. Ada pula yang memilih rumah kost dengan lingkungan yang relatif sepi sehingga mendukung dan kondusif untuk belajar atau ada juga yang lebih suka keramaian. Selain itu, harga sewa dan fasilitas kost juga menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih rumah kost.

*In de kost* menurut Wikipedia merupakan frasa dari bahasa Belanda yang artinya “makan di dalam”, istilah yang kemudian digunakan bagi seseorang yang tinggal di rumah orang lain dengan membayar menurut jangka waktu tertentu, umumnya bulanan, sebagaimana ditulis Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). KBBI mengindonesiakan *in de kost* menjadi *indekos*.

Kost secara sederhana didefinisikan sebagai menempati satu ruang (kamar) rumah seseorang, dengan perjanjian membayar dalam jumlah tertentu sebagai kompensasi sewa dan fasilitas lain di dalamnya, seperti makan dan perabot yang dipakai. Banyak kost dibangun terpisah dari rumah induk, menjadi satu ragam bangun tersendiri. Kamar-kamar kost dibangun membentuk blok berbanjar. Rumah kost modern bahkan dibangun tidak hanya satu kamar dengan kamar mandi dan dapur komunal, tetapi telah dilengkapi kamar mandi (di) dalam (rumah), dapur, hingga ruang tamu dan ruang keluarga. Sebagian masih menyebutnya kost, sebagian lagi menyebutnya kontrakan. Disebut kost

bila dihuni orang lajang, seperti mahasiswa atau pegawai kantoran, dan disebut kontrakan bila dihuni keluarga beserta anak-anaknya.

Saat ini penyediaan kamar kost telah berkembang sebagai salah satu usaha yang menjanjikan. Jasa penyediaan kamar kost di Kota Pontianak semakin meningkat. Kost yang ada di Kota Pontianak berjumlah 119 kost (dapat dilihat pada Lampiran 1).

Mitra Kost merupakan salah satu rumah kost yang menyediakan kamar kost untuk disewakan. Mitra Kost berdiri pada awal Tahun 2012, beralamat di Jl. Prof. M. Yamin No. 43, Kota Baru, menyediakan 29 kamar, dengan tarif sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.1:

**Tabel 1.1**  
**Mitra Kost**  
**Biaya Sewa per Bulan**  
**Tahun 2016-2018**

No	Tahun	kamar/1 org (Rp)	kamar/2 org (Rp)
1	2016	400.000	600.000
2	2017	400.000	600.000
3	2018	400.000	600.000

Sumber : Mitra Kost, 2019

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa biaya sewa kamar kost di Mitra Kost untuk satu kamar dengan 1 orang sebesar Rp 400.000,00 per bulan, sedangkan untuk satu kamar dengan 2 orang sebesar Rp 600.000,00 per bulan.

Fasilitas yang disediakan yaitu 1 buah ruangan ukuran 4x4, 1 tempat tidur (kasur), 1 meja, 1 kursi, 1 lemari, 1 tempat sampah, dan 1 keset kaki. Fasilitas tambahan untuk kamar dengan 2 orang adalah 1 tempat tidur (kasur) dan 1 lemari. Fasilitas umum yang dapat digunakan semua penghuni kost

adalah wc dan kamar mandi, jemuran, dan lahan parkir luas yang berpagar serta di lengkapi CCTV dan pos satpam.

Tingkat pemakaian kamar pada Mitra Kost dapat dilihat pada Tabel 1.2:

**Tabel 1.2**  
**Mitra Kost**  
**Tingkat Pemakaian Kamar**  
**Tahun 2016-2018**

No	Tahun	Jumlah Kamar Yang Tersedia	Jumlah Kamar Yang Disewa	Tingkat Pemakaian Kamar (%)	Kenaikan/ Penurunan (%)
1	2016	29	22	75,86	-
2	2017	29	20	68,97	(9,08)
3	2018	29	21	72,41	4,98

Sumber : Mitra Kost, 2019

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa tingkat pemakaian kamar pada Tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 9,08% dari Tahun 2016, dan tingkat pemakaian kamar pada Tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 4,98% dari Tahun 2017.

Jumlah konsumen atau penghuni pada Mitra Kost pada Tahun 2016 sampai dengan 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.3:

**Tabel 1.3**  
**Mitra Kost**  
**Jumlah Konsumen**  
**Tahun 2016-2019**

No	Tahun	Jumlah Kamar Yang Tersedia	Jumlah Konsumen (penghuni)	Kenaikan/Penurunan (%)
1	2016	29	29	-
2	2017	29	26	(10,34)
3	2018	29	30	15,38
4	2019	29	30	0

Sumber : Mitra Kost, 2019

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah konsumen pada Tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 10,34% dari Tahun 2016, jumlah konsumen pada Tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 15,38% dari Tahun 2017, dan jumlah konsumen pada Tahun 2019 sama dengan jumlah konsumen pada Tahun 2018.

Jumlah pendapatan usaha Mitra Kost dapat dilihat pada Tabel 1.4:

**Tabel 1.4**  
**Mitra Kost**  
**Jumlah Pendapatan Usaha**  
**2016-2018**

No	Tahun	Pendapatan (Rp)	Kenaikan/Penurunan (%)
1	2016	89.800.000	-
2	2017	86.100.000	(4,12)
3	2018	89.600.000	4,07

Sumber : Mitra Kost, 2019

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa jumlah pendapatan Mitra Kost pada Tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 4,12% dari Tahun 2016, dan jumlah pendapatan pada Tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 4,07% dari Tahun 2017.

Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Mitra Kost dan beberapa konsumen atau penghuni Mitra Kost. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik diperoleh informasi bahwa Mitra Kost ialah kost yang bisa disewa oleh perempuan atau laki-laki tetapi tidak boleh dalam satu kamar.

Hasil wawancara penulis dengan beberapa konsumen mengenai alasan mereka memilih Mitra Kost dibanding kost lain adalah sebagai berikut:

1. Harganya yang terjangkau



2. Fasilitas yang diberikan
3. Kemudahan dalam mengakses sesuatu.

Terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan dalam pemilihan tempat kost, di antaranya adalah harga atau biaya kost, lokasi, dan bukti fisik atau fasilitas yang disediakan bagi penghuni kost. Konsumen atau penghuni kost adalah pihak yang dapat menilai baik atau tidaknya aspek-aspek tersebut. Konsumen menilai harga, lokasi, dan bukti fisik tersebut dengan cara membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Apabila apa yang mereka terima sama dengan atau melebihi apa yang mereka harapkan, maka mereka akan puas. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dengan membandingkan antara harapan yang mereka miliki dengan kenyataan yang mereka terima. Konsumen yang puas dapat memberikan rekomendasi bagi konsumen lainnya dalam pengambilan keputusan untuk pembelian produk atau jasa. Keputusan pembelian adalah langkah yang dilakukan konsumen setelah melewati proses yang diawali dengan memilih. Proses keputusan konsumen tersebut tidak berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang dibelinya tersebut. Pengalaman tersebut akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian di masa yang akan datang dan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen lainnya.

Berdasarkan data dan apa yang penulis paparkan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan**

## **Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost di Kota Pontianak”.**

### **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka permasalahan pada penelitian ini adalah: “Apakah harga dan lokasi serta bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih Mitra Kost di Kota Pontianak?”.

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar ruang lingkup permasalahan lebih jelas dan terarah sesuai data-data yang telah di peroleh di atas maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini pada:

1. Variabel Harga ( $X_1$ ) diukur dengan penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan persaingan, penetapan harga sesuai permintaan.
2. Variabel Lokasi ( $X_2$ ) diukur dengan akses, lalu lintas, tempat parkir yang luas dan aman, serta lingkungan.
3. Variabel Bukti fisik ( $X_3$ ) diukur dengan *An attention-Creating Medium*
4. Variabel Keputusan konsumen (Y) diukur menggunakan 5 (Lima) tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi serta bukti fisik terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost di Kota Pontianak.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman teori yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan yang dikaitkan dengan pemecahan suatu permasalahan yang dihadapi suatu perusahaan.

### **2. Bagi Mitra Kost**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran atau masukan dan informasi bagi pemilik/pengelola Mitra Kost.

### **3. Bagi Almamater**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi bagi rekan-rekan mahasiswa/i yang ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh harga dan lokasi serta bukti fisik terhadap keputusan konsumen memilih kost.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Menurut Tjiptono (2014:193): “Harga adalah sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa”.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2015:54) menjelaskan tiga dasar penetapan harga yang bisa digunakan dalam penetapan harga, yaitu:

1. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*).
2. Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing*).
3. Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based*).

Menurut Tjiptono (2014:43): “*Place* (lokasi) adalah keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial”.

Menurut Hurriyati (2015:57), pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas (*traffic*), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu (1) banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, (2) kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
8. Peraturan pemerintah.

Menurut Zeithaml and Bitner dalam Hurriyati (2015:63): “*The environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service*”, artinya sarana fisik merupakan satu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Menurut Lovelock dalam Hurriyati (2015:64) mengemukakan bahwa perusahaan melalui tenaga pemasarannya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis, yaitu sebagai berikut:

1. *An Attention-Creating Medium*
2. *As a Massage-Creating Medium*
3. *An effect-Creating Medium.*

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179):

Proses keputusan pembelian terdiri dari 5 tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. Pemasar harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya pada keputusan pembelian.

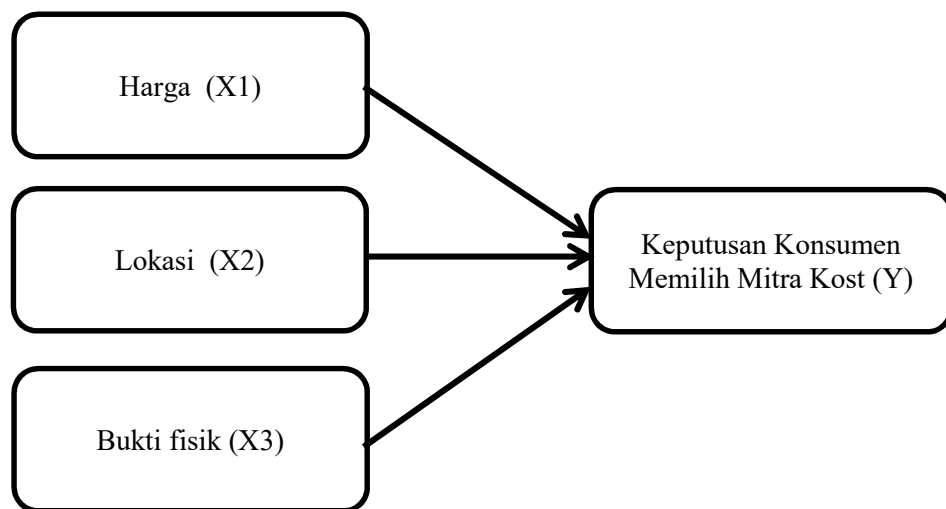
Adapun jurnal terdahulu yang menjadi acuan penulis sehingga memilih penelitian ini yaitu:

1. Kurniawan (2015) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Indekos Dengan Harga Sewa Indekos Sebagai Variabel Moderasi” menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan lokasi, fasilitas, dan harga sewa terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos di Wilayah Kelurahan Panularan Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.
2. Susilowati (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Pakuan Dalam memilih Rumah Kost” menunjukkan bahwa *Product* (produk/jasa rumah kost), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Physical Evidence* (fasilitas fisik) dan *Process* (proses) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan

untuk *Promotion* (promosi), dan *People* (orang) tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Adapun kerangka pemikiran yang akan diangkat dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.1:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**  
**Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan**  
**Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak**



## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh harga dan lokasi serta bukti fisik terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost di Kota Pontianak.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

### a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara:

#### 1) Observasi

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2014:203): “Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan”. Dalam hal ini penulis mengamati fasilitas yang tersedia di Mitra Kost.

#### 2) Wawancara

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2014:194):

Wawancara adalah anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode *interview* dan juga kuesioner (angket) adalah sebagai berikut:

- a) Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b) Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c) Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.

Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab langsung kepada pemilik dan penghuni Mitra Kost untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

### 3) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014:199): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Dalam hal ini penulis memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen yang merupakan penghuni Mitra Kost.

#### b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya sewa per bulan, tingkat pemakaian kamar, jumlah konsumen, dan jumlah pendapatan usaha Mitra Kost.

## 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menyewa kamar kost pada Mitra Kost tahun 2019 sebanyak 30 orang.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:118): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Mengingat



populasi diketahui secara pasti, dan jumlahnya kecil maka digunakan *sampling* jenuh.

Menurut Sugiyono (2014:124): “*Sampling* jenuh adalah teknik penentuan bila semua populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, di mana semua anggota populasi dijadikan sampel”. Jadi teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden.

#### 4. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2014:134): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala Likert dapat dikategorikan sebagai skala interval. Skala Likert yang akan digunakan untuk mengukur penilaian pelanggan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost terdiri dari lima (5) kategori yaitu:

**Tabel 1.5**  
**Skala Pengukuran Variabel Penelitian**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 5. Alat Analisis

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*)”. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* adalah untuk menentukan besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Uji validitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 19.

Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan Valid)
- b) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan tidak Valid)

#### 2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”. Reliabilitas

menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dengan teknik *Cronbach's Alpha* dan menggunakan SPSS 19, di mana dikatakan *reliable* jika *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,05$ , maka asumsi normalitas terpenuhi. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 19.

2) Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018:167): “Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Uji linearitas dilakukan dengan *Test For Linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) lebih dari 0,05.

3) Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:107): “Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar

variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen”.

Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Siregar (2017:103): “Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance*  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$ ”.

### c. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2017:405): “Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*)”.

Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan Konsumen)

a = Konstanta

$b_1 - b_3$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel Harga

$X_2$  = Variabel Lokasi

$X_3$  = Variabel Bukti Fisik

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), dan bukti fisik ( $X_3$ ) terhadap variabel keputusan konsumen (Y) dengan menggunakan SPSS 19.

**Tabel 1.6**  
**Pedoman dan Interpretasi Nilai r**

No	Koefisien	Korelasi
1	0,00-0,199	Sangat Lemah
2	0,20-0,399	Lemah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:257)

e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

Rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Sumber: Siregar (2017:338)

f. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Siregar (2013:303): “Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linier berganda adalah untuk

mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok A dan B (variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap kelompok data C (variabel tak bebas Y)”

Adapun tahap dalam uji pengaruh simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

1) Menentukan Hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$ , Harga dan lokasi serta bukti fisik secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

$H_a : b_1 \neq 0$ , Harga dan lokasi serta bukti fisik secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

2) Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05.

3) Menentukan Fhitung dan Ftabel

a) Menentukan Fhitung

Rumus :

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (n - K)}$$

Di mana:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$K$  = jumlah variabel independen

$n$  = jumlah observasi

b) Menentukan  $F_{\text{tabel}}$

Untuk menentukan  $F_{\text{tabel}}$  dapat langsung dilihat pada Tabel F.

4) Kaidah pengujian

a) Jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

g. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:179): “Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen”. Langkah-langkah dalam melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1) Menentukan Hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$ , artinya harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

$H_a : b_1 \neq 0$ , artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

$H_0 : b_2 = 0$ , artinya lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

$H_a : b_2 \neq 0$ , artinya lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

$H_0 : b_3 = 0$ , artinya bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

$H_a : b_3 \neq 0$ , artinya bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

2) Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05.

3) Menentukan t hitung dan t tabel

a) Menentukan t hitung:

Rumus:

$$t_{hit} = \frac{b_i - b}{S_{b_i}}$$

Di mana :

$b_i$  = koefisien variabel independen ke-i

$b$  = nilai hipotesis nol

$S_{b_i}$  = simpangan baku (standar deviasi) dari variabel independen ke-i

b) Menentukan t tabel

Untuk menentukan t tabel dapat dilihat pada Tabel t.

4) Kaidah pengujian

a) Jika t hitung  $\leq$  t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika t hitung  $>$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di lakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, berumur antara 18-28 tahun, berpendidikan SMA, berstatus mahasiswa, belum menikah, serta menggunakan jasa sewa Mitra Kost selama 1-12 bulan.
2. Persamaan regresi linier berganda adalah :  $Y = 6,788 + 0,577X_1 + 0,258X_2 + 1,195X_3$ .
3. Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,660. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga, lokasi, dan bukti fisik dengan variabel keputusan konsumen adalah kuat.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,435. Hal ini berarti bahwa 43,5% keputusan konsumen memilih Mitra Kost dapat dijelaskan oleh harga, lokasi, dan bukti fisik, sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,5% keputusan konsumen memilih Mitra Kost dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung 6,683 > F tabel 4,20, dan nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa harga dan lokasi serta bukti fisik secara bersama-sama

(simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

6. Hasil uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa harga dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost, sedangkan bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Mitra Kost.

## **B. Saran**

Dari hasil kesimpulan di atas penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Walaupun variabel harga secara parsial tidak berpengaruh, namun kepada pihak pengelola Mitra Kost hendaknya dapat terus memperhatikan masalah penetapan harga dengan tetap memperhatikan harga jasa sewa kost pesaing, karena harga juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.
2. Pengelola Mitra Kost hendaknya dapat terus meningkatkan bukti fisik seperti fasilitas-fasilitas agar konsumen dapat merasa lebih nyaman dalam menggunakan jasa sewa Mitra Kost.
3. Variabel yang disarankan selanjutnya untuk diteliti karena terdapat 56,5% dipengaruhi variabel lain dari penelitian ini yaitu kepuasan konsumen, produk, proses, orang, promosi, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV Alfabeta, Bandung.
- <https://disdukcapil.pontianakkota.go.id/jumlah-penduduk-kota-pontianak-semester-ii-tahun-2018-capai-665694-jiwa>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Pontianak](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Pontianak)
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, Andre. 2015. *Analisis Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Indekos Dengan Harga Sewa Indekos Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. Vol. 15 (2). Hal. 236-244.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta, Bandung.
- Susilowati. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Pakuan Dalam Memilih Rumah Kost*. Vol. 6 (2).
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Penelitian*. CV ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan.