

Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Dalam Memilih Tempat Indekos Pada Mahasiswa Universitas Quality

Vina Maria Ompusunggu^{1*}, Rikawati Ginting Munthe², Mirikel Purba³, Wulan Anggrini Sembiring⁴

^{1,2}Dosen Fakultas Sosial dan Hukum, Universitas Quality, Jl. Ngumban Surbakti No 18 Medan

^{3,4}Mahasiswa Fakultas Sosial dan Huku, Universitas Quality, Jl. Ngumban Surbakti No 18 Medan

e-mail: 1vinaompusunggu@gmail.com

Abstrak: Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan terbaik. Keputusan pembelian adalah tahap atau proses keputusan dimana konsumen secara nyata (aktual) melakukan pembelian produk. Pada dasarnya, proses pengambilan keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen akan melalui beberapa tahap yang disebut dengan proses pengambilan keputusan model lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Perguruan tinggi sebagai satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi sangat memberikan peranan dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Calon mahasiswa terutama yang bukan penduduk dari kota perguruan tinggi berada, akan menemui masalah utama yaitu dimana mereka akan tinggal selama mereka belajar di perguruan tinggi tersebut. Agar memperoleh rumah kos sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa faktor yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum memutuskan rumah kos mana yang akan dipilih. Beberapa faktor diantaranya seperti, mahasiswa memilih rumah kos dengan memerhatikan lingkungan sekitar, lokasi, jarak, perbandingan harga sewa sebanyak 87% , fasilitas yang disediakan oleh pihak jasa rumah kos sebanyak 57,7%, atau bahkan memilih rumah kos berdasarkan referensi dari keluarga, teman satu kampus, dan keberadaan teman satu daerah sebanyak 56,1%. Kondisi lingkungan tempat tinggal merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kos. Mahasiswa yang tidak mampu menyewa indekos mencari induk semang yang dapat ditinggali rumahnya dan membantu pekerjaan rumah. Selain mendapatkan tempat tinggal gratis dapat juga memperoleh penghasilan dan pengalaman hidup.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Fasilitas, Tempat, Keputusan

Abstract: Decision making is basically a process of selecting from various alternative actions that may be chosen in the hope that it will produce the best decision. The purchase decision is the stage or decision process where consumers actually (actually) make product purchases. Basically, the buying decision-making process that will be carried out by consumers will go through several stages called the five-stage model decision-making process, namely problem recognition, information search, alternative evaluation, purchase decisions, post-purchase behavior. Higher education as an educational unit that organizes higher education plays a very important role in creating quality human resources. Prospective students, especially those who are not residents of the city where the college is located, will face a major problem, namely where they will live while they study at the college. In order to get a boarding house as desired, there are several factors that may be considered by students before deciding which boarding house to choose. Some factors include, students choosing a boarding house by paying attention to the surrounding environment, location, distance, comparison of rental prices as much as 87%, facilities provided by boarding house services as much as 57.7%, or even choosing a boarding house based on references from family, friends. one campus, and the presence of friends from the same area as much as 56.1%. The condition of the living environment is one of the variables that influence students in choosing a boarding house. Students who cannot afford to rent a boarding house are looking for a landlady who can live in their house and help with housework. In addition to getting a free place to live, you can also earn income and life experience.

Keywords: Location, Price, Facilities, Places, Decision

PENDAHULUAN

Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan terbaik. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap atau proses keputusan dimana konsumen secara nyata (aktual) melakukan pembelian produk. Pada dasarnya, proses pengambilan keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen akan melalui beberapa tahap yang disebut dengan proses pengambilan keputusan model lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian (Keller, 2016).

Perguruan tinggi sebagai satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi sangat memberikan peranan dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, karena pada saat sekarang ini kualitas sumber daya manusia dipandang sebagai salah satu faktor kunci dalam era perdagangan bebas (Novirsari, 202 C.E.). Calon mahasiswa terutama yang bukan penduduk dari kota perguruan tinggi berada, akan menemui masalah utama yaitu dimana mereka akan tinggal selama mereka belajar di perguruan tinggi tersebut (Daulay, 2021). Setelah menemui masalah tersebut, maka mereka akan mulai mencari informasi tentang tempat tinggal sementara yang ada di sekitar perguruan tinggi, atau tempat tinggal sementara yang ada di kota tersebut (M. Nasib, 2021). Untuk itu mereka memerlukan tempat tinggal. Agar memperoleh rumah kos sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa faktor yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum memutuskan rumah kos mana yang akan dipilih (D. M. S. Y. L. Nasib, 2022). Beberapa faktor diantaranya seperti, mahasiswa memilih rumah kos dengan memperhatikan lingkungan sekitar, perbandingan harga sewa, fasilitas yang disediakan oleh pihak jasa rumah kos, atau bahkan memilih rumah kos berdasarkan referensi dari keluarga, teman satu kampus, dan keberadaan teman satu daerah (Fadli, 2022).

Kota Medan merupakan salah satu kota pendidikan yang ada di Sumatera Utara, ini dikarenakan banyaknya Universitas yang ada disini, Salah satu Universitasnya adalah Universitas Quality yang terletak di Kecamatan Medan Selayang, yang merupakan Universitas yang masih dalam kategori diminati mahasiswa. Jumlah mahasiswa Universitas Quality secara keseluruhan dari angkatan 2018 - 2021 berjumlah 2.715 baik itu mahasiswa yang berasal dari kota Medan maupun dari luar kota Medan, sehingga akan membawa dampak positif bagi perekonomian masyarakat kota Medan khususnya daerah lingkungan kampus.

Melihat semakin banyaknya properti rumah kost yang dibangun di sekitar sektor kampus, dan pertimbangan bahwa tinjauan terhadap rumah kost yang ingin ditempati sangat penting dilakukan. Hal ini terutama terkait dengan kualitas dan pemasaran produk jasa rumah kost oleh pemilik/pengusaha rumah kost sehingga dapat menarik minat konsumen, maka penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit, Kata jasa (service) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (personal service), sampai jasa sebagai suatu produk. Jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan

tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa jasa mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran, yaitu: Tidak berwujud (tangibility), Tidak dapat dipisahkan (inseparability), Bervariasi (variability), Tidak tahan lama (perishability)

2.2 Indekos

Indekos atau kos/kost adalah sebuah jasa yang menawarkan sebuah kamar atau tempat untuk ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu untuk setiap periode tertentu. Kata ini diserap dari frasa bahasa Belanda "in de kost". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, indekos adalah tinggal di rumah orang lain dengan atau tanpa makan (dengan membayar setiap bulan).

Jenis dan Tipe Indekos

Tipe Kost Berdasarkan Gender

1. Indekos khusus putri diperuntukan bagi perempuan. Tipe indekos ini umumnya memiliki aturan yang ketat mengenai jam malam dan ada pula rumah kost yang bersatu dengan rumah pemilik.
2. Indekos khusus putra yang dikhususkan bagi laki-laki.
3. Indekos campuran di mana penghuni kost diisi oleh kost laki-laki dan perempuan, biasanya berstatus karyawan. Kost ini menerapkan sistem aturan bebas jam malam dan memperbolehkan penghuninya membawa kunci gerbang sendiri.

Tipe Indekos Berdasarkan Harga

Ada beberapa pilihan tipe kamar kost yang bisa Anda pilih berdasarkan harga:

1. Indekos tipe A: jenis kost eksklusif yang menawarkan fasilitas lengkap, mulai dari tempat tidur, lemari, kamar mandi di dalam, AC, televisi, dan lain-lain. Harga kost tipe A biasanya mahal.
2. Indekos tipe B: jenis kost yang memiliki fasilitas standar ditambah kamar mandi di dalam, serta beberapa ada yang punya token pribadi. Harganya menengah.
3. Indekos tipe C: jenis kost yang hanya memenuhi kebutuhan standar seperti kasur dan lemari. Untuk kamar mandi yang digunakan adalah kamar mandi bersama serta fasilitas bersama lainnya. Harganya pun paling murah dibandingkan tipe lainnya.

Tipe Kost Berdasarkan Bentuknya

Ada tipe kost yang memiliki fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan penghuninya, seperti:

1. Indekos elit adalah jenis kost yang mewah dan elegan karena diperuntukkan bagi masyarakat kelas menengah ke atas. Untuk fasilitas yang disediakan sangat lengkap mulai dari kasur, lemari, meja rias, AC, TV, WiFi, dan kamar mandi dalam. Bahkan, kost elit memiliki fasilitas laundry dan cleaning service.
2. Indekos tipe loft yang dibagi jadi dua area berbeda. Kost ini memfungsikan area tidur di atas serta area kamar mandi dan ruang santai di bawah.

Lingkungan Rumah Kos

Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah Republik Indonesia No 403/KPTS/M/2002 tentang Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat (<http://www.academia.edu>) adalah:

1. Rumah Bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.

2. Rumah Sehat Rumah sebagai tempat tinggal yang memenuhi ketentuan atau ketentuan teknis kesehatan yang wajib dipenuhi dalam rangka melindungi penghuni rumah dari bahaya atau gangguan kesehatan.
3. Perumahan Kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.
4. Permukiman Bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun pedesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.

Sebagai wadah kehidupan manusia, rumah dituntut untuk dapat memberikan sebuah lingkungan binaan yang aman, sehat dan nyaman. Untuk itulah Pemerintah dengan wewenang yang dimilikinya memberikan arahan, standar peraturan dan ketentuan yang harus diwujudkan oleh pihak pengembang

2.3 Harga

Menurut (Kotler, 2009) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Ada lima tujuan utama dari penetapan harga, yaitu kemampuan bertahan, laba saat ini maksimum, pangsa pasar maksimum, pemerahan pasar maksimum, dan kepemimpinan kualitas produk (Kotler & Amstrong, 2012).

2.4 Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Fandy Tjiptono & Gregorius, 2016)(Tjiptono, 2006). Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

2.5 Pemilihan Keputusan

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih (Schiffman, 2012). Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Lima tahapan atau proses yang dilalui konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian, yaitu:

1. Pengenalan Masalah Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan.
2. Pencarian Informasi Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level itu orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mungkin masuk ke pencarian informasi secara aktif: Mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.
3. Evaluasi Alternatif Pasar harus tahu tentang evaluasi alternatif, yaitu bagaimana konsumen mengolah informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian

akhir. Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh satu konsumen dalam semua situasi pembelian.

4. Keputusan Pembelian Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Namun, dua faktor berikut dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian.
5. Perilaku Pascapembelian Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu, tugas pemasar tidak berakhir begitu saja ketika produk dibeli. Para pemasar harus memantau kepuasan pascapembelian, tindakan pascapembelian dan pemakaian produk pascapembelian. (Kotler dan Keller, 2009). Dari tahap-tahap proses pembelian tersebut, maka dapat diketahui bahwa dalam mengambil suatu keputusan pembelian, pembeli melalui beberapa proses.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Poerwandari mengemukakan (2001), bahwa untuk mendapatkan pemahaman yang khusus dan mendalam atas suatu fenomena serta untuk bisa memahami manusia dalam segala kompleksitasnya sebagai makhluk subjektif, maka pendekatan kualitatif merupakan metode yang sesuai untuk digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mempertahankan keutuhan dari objek penelitian. Data yang telah dikumpulkan untuk dipelajari sebagai satu kesatuan yang tujuannya merupakan untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam berhubungan dengan objek yang diteliti. Pendataan dan penentuan tingkat perkembangan dilakukan dengan metode pengumpulan data secara wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara bagian dari cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan keterangan dan data secara lisan dari responden. Wawancara dilakukan dengan berbincang-bincang langsung atau dengan tanya jawab kepada responden. Wawancara yang digunakan adalah wawancara yang mendalam. Wawancara dilakukan terhadap beberapa informan yang dianggap mengetahui data yang mendekati kebenaran dan mempunyai wawasan yang luas terhadap objek yang diteliti. Observasi adalah pengamatan langsung ke lapangan untuk mengetahui kelayakan suatu permasalahan untuk diteliti. Suatu permasalahan yang layak diteliti apabila tersedianya data, informasi dan referensi yang memadai. Studi Dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data melalui arsip-arsip dan buku-buku tentang pendapat, teori dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Studi dokumen dilakukan untuk menggali teori-teori dasar dan konsep-konsep yang relevan dalam penelitian serta untuk memperoleh orientasi yang lebih luas mengenai topik penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Deskriptif Kualitatif dengan melalui beberapa proses seperti verifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan pada kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih indekos. Pembahasan mencakup proses pengambilan

keputusan mahasiswa dalam memilih indekos, dan faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih indekos.

Pada proses mencari pilihan indekos peneliti melihat dari hasil wawancara subjek terkait proses seleksi dalam pemilihan indekos, didapatkan 6 kategori jawaban subjek sebagai berikut: kenyamanan dan jarak, harga, evaluasi dari indekos terdahulu, berkeliling daerah kampus, lingkungan, dan pilihan yang paling banyak dipilih subjek dalam melakukan proses seleksi pemilihan indekos adalah berkeliling daerah sekitar kampus sebanyak 80%. Seperti yang diungkap Suryadi dan Ramdhani (1989) Pengambilan keputusan dapat membuat keputusan dengan menggunakan pertimbangan berikut fakta, yaitu seorang pengambil keputusan yang mencari dan mengumpulkan data dilapangan, fakta yang ada tidak selamanya jelas dan lengkap. Bisa saja dua fakta melahirkan keputusan yang bertentangan pada saat pengambil keputusan harus mencari jalan keluar yang lain. Pada proses pengambilan keputusan ternyata gender juga berpengaruh dalam pemilihan indekos. Pada hasil wawancara kecenderungan pemilihan indekos, peneliti membagi berdasarkan jenis kelamin sebanyak 82%. Pemilihan indekos masih berdasarkan penghasilan orang tua sebanyak 84,6% dan fasilitas yang lengkap sebanyak 57%.

Jarak indekos dengan fasilitas publik, ditemukan dari data wawancara semua subjek merasakan indekos yang ditempati sudah strategis dengan fasilitas publik dan kampus. Hal ini sesuai dengan pernyataan Badri (2012) bahwa factor jarak dari tempat indekos adalah berkaitan dengan jarak indekos ke kampus, berkaitan dengan efisiensi waktu dan biaya, serta jarak fasilitas umum lainnya. Semua individu akan selalu mencari sesuatu yang memudahkan mereka dalam melakukan sesuatu, artinya paling tidak indekos yang akan dibangun memasuki dalam radius 1,5 km dari tempat tujuan pada kasus ini kampus Universitas Quality.

Dari hasil penelitian ini juga terdapat beberapa kekurangan seperti tidak dilakukannya pencarian data terkait sudut pandang dari pemilik indekos, lalu kurang meratanya pengambilan dari data subjek perdaerah wilayah kampus Universitas Quality.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa proses dalam pengambilan keputusan mahasiswa dalam pemilihan indekos khususnya pada karakteristik mahasiswa Universitas Quality melalui beberapa proses yakni, mencari pilihan indekos, pada proses pencariannya mahasiswa Universitas Quality akan berkeliling ke daerah sekitar kampus untuk menemukan indekos yang masuk dalam kriteria, setelah mendapatkan berbagai alternatif pilihan, subjek mulai mengevaluasi semua pilihan alternatif yang ada dengan cara pencarian data melalui: informasi, referensi, dan evaluasi langsung, lalu subjek akan memilih salah satu pilihan alternatif yang paling sesuai menurut subjek, pemilihan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor pemilihan indekos yang telah peneliti jelaskan terutama pada faktor fasilitas dan kenyamanan, rata-rata penyewa indekos khususnya mahasiswa Universitas Quality akan tertarik dengan fasilitas yang membuat mereka merasa nyaman. Pada prosesnya gender juga berpengaruh dalam memilih keputusan jenis kelamin perempuan akan lebih memilih berdasarkan kenyamanan, keamanan dan lingkungan yang membuat mereka tenang dan merasa aman tinggal di indekos, sedangkan pada jenis kelamin laki-laki lebih mempertimbangkan pada fasilitas yang ditawarkan, harga yang ekonomis, kebersihan dan teman-teman yang berada di indekos tersebut.

Pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih indekos dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan peneliti mengurutkan faktor tersebut menjadi empat urutan yaitu, kenyamanan, fasilitas, harga, dan jarak dan berdasarkan urutan faktor tersebut

didapatkan data dilapangan bahwa faktor kenyamanan dan fasilitas menjadi pertimbangan nomor satu dan kedua dalam memilih indekos, lalu hubungan sosial antar kamar indekos dan pemilik indekos juga berpengaruh dalam faktor kenyamanan, hubungan sosial ini lebih menunjukkan betah atau tidaknya dalam menyewa indekos dan faktor kedua adalah fasilitas yang standar dari hasil yang didapatkan seluruh subjek menginginkan fasilitas standar yang dapat memenuhi kebutuhan penyewa indekos. Untuk faktor harga, mahasiswa akan selalu mencari harga yang ekonomis namun tetap berkualitas menurut mereka masing-masing

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, N. S. M. Z. R. (2021). *Konsep Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Kampus Dan Loyalitas Mahasiswa Sebuah Kajian Teoritis Dan Analisis*. Global Aksara Pres.
- Fadli, N. M. F. A. S. D. N. R. A. (2022). Survive amidst the Competition of Private Maximizing Brand Image and Interest in Studying Universities by. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3317–3328. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i3.2037>
- Fandy Tjiptono, & Gregorius, C. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Andi.
- Keller, P. K. K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Marketing management: A south Asian perspective*. Pearson Education India.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (G. Edition (ed.); 14 Edition).
- Nasib, D. M. S. Y. L. (2022). The Role of Student Trust in Mediating Service Quality and Student Reputation Against E-WOM. *Journal of Educational Science and Technology (EST)*, 8(2), 95–104. <https://ojs.unm.ac.id/JEST/article/view/36669>
- Nasib, M. (2021). The Effort to Increase Loyalty through Brand Image, Brand Trust, and Satisfaction as Intervening Variables. *Society*, 9(1), 277–288. <https://doi.org/10.33019/society.v9i1.303>
- Novirsari, N. D. T. E. (202 C.E.). Perilaku Konsumen dan Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta. In *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Pena Persada. <http://www.surabaya.go.id/dinamis/?id=743>
- Schiffman, L. G. K. (2012). *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall.