

## The Effect of Price and Location on Boarding Room Rental Decisions (Case Study on Students Who Rent Boarding Rooms In Adam Malik Km. 9)

### PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN SEWA KAMAR KOST (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yang Sewa kamar Kost di Kawasan Adam Malik Km.9 )

Mardhiyah Dwi Ilhami <sup>1)</sup>; Yusan Feri <sup>2)</sup>;

<sup>1)</sup>Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas muhammadiyah Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas muhammadiyah Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [mardhiyah@umb.ac.id](mailto:mardhiyah@umb.ac.id) ; <sup>2)</sup> [yusanperi@gmail.com](mailto:yusanperi@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [11 Mei 2023]

Revised [10 Juni 2023]

Accepted [13 Juni 2023]

#### KEYWORDS

Price, Location, Rental  
Decision

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan memilih sewa kamar kost di kawasan adam malik km.9, untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan memilih sewa kamar kost di kawasan adam malik km.9 dan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan memilih sewa kamar kost di kawasan adam malik km.9. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis deskripsi, analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa ( $Y$ ) di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9. Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan sewa ( $Y$ ) di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9. Harga ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan sewa ( $Y$ ) di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9.

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price on the decision to choose to rent a boarding room in the Adam Malik area km.9, to determine the effect of location on the decision to choose to rent a boarding room in the Adam Malik area km.9 and to determine the effect of price and location on the decision to choose a rental. boarding house in the adam malik area km.9. This research is a type of quantitative research. Data collection techniques using a questionnaire. Data analysis techniques used descriptive analysis, multiple regression analysis, coefficient of determination ( $R^2$ ) and hypothesis testing. Based on the results of the study it can be concluded that: Price ( $X_1$ ) has a positive and significant effect on rental decisions ( $Y$ ) in boarding rooms in the Adam Malik Km area. 9. Location ( $X_2$ ) influences the decision to rent ( $Y$ ) in boarding rooms in the Adam Malik Km area. 9. Price ( $X_1$ ) and location ( $X_2$ ) affect the decision to rent ( $Y$ ) in boarding rooms in the Adam Malik Km area. 9.

#### PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan fondasi dari suatu bangsa untuk menjadi bangsa yang besar. Pendidikan diperlukan untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat dan menyaring pengaruh budaya asing sehingga budaya yang masuk dapat disesuaikan dengan budaya bangsa indonesia. Pemerintah mulai melakukan perbaikan kualitas pendidikan, tidak hanya di ibukota tetapi sekarang di kota-kota besar di indonesia susah. Banyak terdapat perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Salah satu kota yang sudah dikenal dengan Kota pendidikan adalah Kota Bengkulu. Setiap tahunnya ribuan calon mahasiswa baru datang ke Kota Bengkulu. Banyaknya lembaga pendidikan tinggi yang ada di kota Bengkulu, berdampak terhadap jumlah pelajar atau calon mahasiswa yang datang dari berbagai daerah untuk menuntut ilmu di Kota Bengkulu.

Banyaknya kehadiran mahasiswa baru atau lama di Kota Bengkulu ternyata melibatkan *stakeholders* yang lain. Banyak muncul peluang usaha, misalnya warnet, fotocopy, salon, rumah makan dan kamar indekos. Diantara peluang bisnis yang ada, bisnis indekos salah satunya yang sangat berkembang di Kota Bengkulu. Banyak para pebisnis yang membangun rumah untuk jasa sewa kamar kost bagi mahasiswa. Area disekitar kampus yang berjarak kurang dari satu kilometer, merupakan daerah yang banyak menyediakan layanan jasa sewa kamar kost bagi mahasiswa. Para pebisnis berlomba-lomba membangun rumah indekos yang menyediakan fasilitas yang layak huni, baik standar maupun mewah.

Seperti mahasiswa di kawasan Adam Malik Km.9 Kota Bengkulu, sebagian mahasiswa disana berasal dari luar daerah yang mengharuskan mereka memiliki tempat tinggal di Kota Bengkulu. Namun, keterbatasan sarana yang disediakan oleh pemerintah Kota Bengkulu menjadikan mahasiswa yang berasal dari luar daerah kesulitan dalam hal tempat tinggal. Maka dari itu diperlukannya sebuah tempat tinggal sementara atau sering disebut dengan rumah indekos. Rumah kost adalah sejenis kamar sewa yang disewa (*booking*) selama kurun waktu tertentu, biasanya sewa kamar dilakukan selama kurun waktu satu tahun. Banyak faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam pemilihan rumah kost, diantaranya adalah harga dan lokasi.

Faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli suatu produk, dalam hal pembelian jasa sewa yaitu harga. Sebagian calon penyewa mengharuskan harga sewa sebuah kamar kost dapat terjangkau, karena konsumen menggunakan jasa kost dalam jangka waktu yang cukup lama. Selain harga, lokasi kost juga menjadi salah satu alasan mahasiswa memilih tempat kost. Kemudahan menjalankan aktivitas sehari-hari tentunya menjadi alasan mahasiswa memilih tempat kost.

Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Harga juga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan.

Lokasi yang strategis dapat mempermudah dan memperlancar seseorang dalam melakukan segala aktivitas. Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kost. Lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan kampus merupakan lokasi yang tepat untuk mahasiswa memilih tempat kost. Karena sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk melakukan pembelian, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi yang akan mereka pilih.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa yang ada di kawasan Adam Malik Km.9 yang memilih tinggal di tempat kost. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 5 orang mahasiswa yang ada di kawasan Adam Malik Km.9. Menurut keterangan dari kelima mahasiswa tersebut bahwa harga sangat berpengaruh dalam memilih tempat kost, karena menurut mereka dengan harga yang terjangkau maka akan sangat membantu mahasiswa untuk bisa memenuhi kebutuhan lainnya. Akan tetapi ada juga mahasiswa yaitu Bela yang beranggapan bahwa harga tidak menjadi masalah asalkan lokasi yang strategis, dan dekat dengan kampus. Dilokasi menurut Anton ia beranggapan bahwa lokasi yang jauh tidak menjadi masalah asal harga lebih murah dikarenakan mereka menggunakan kendaraan pribadi. Selain itu ada juga yang beranggapan lain yaitu Tiara ia lebih baik memilih lokasi yang dekat dengan tempat tujuan daripada harus menggunakan ojek online atau angkot setiap hari, karena perhitungannya akan sama dengan harga kost yang mahal. Akan tetapi ada beberapa mahasiswa yang menganggap bahwa ada beberapa pemilik kost yang mengambil kesempatan yaitu dengan lokasi yang dekat kampus mereka memberi harga yang sangat mahal.

Dari hasil wawancara tersebut ditemukan fenomena dari variabel penelitian yang diangkat. Pada harga, karena seringnya harga sewa kamar kost yang mahal dan meningkatnya permintaan akan jasa penyediaan kamar kost di satu pihak, dengan penawaran di lain pihak yang tidak sebanding mengakibatkan sewa kamar kost di sekitar kampus yang berjarak kurang dari satu kilo meter harganya melonjak tinggi, hingga akhirnya para mahasiswa baru atau lama mencari jasa kamar kost yang berjarak lebih dari satu kilometer dengan harapan harganya bisa lebih murah. Dan di lokasi masih ada beberapa pemilik kost yang mengambil kesempatan yaitu dengan lokasi yang dekat dengan kampus mereka memberi harga yang sangat mahal, dengan alasan tidak banyak lokasi kosan yang dekat dengan kampus.

Dalam wawancara bersama beberapa mahasiswa tersebut menurut mereka banyak hal yang menjadi pertimbangan mereka dalam memutuskan pembelian atau sewa kamar kost seperti dari penilaian dan kebutuhan pribadi, faktor budaya dan sosial, harga dan kegunaan. Menurut Pak Syamsul salah satu pemilik rumah kost dalam keputusan pembelian masih adanya perbedaan prinsip dalam menentukan pembelian karena mempunyai keinginan yang berbeda. Inilah yang menjadi penghambat adanya pembelian dan kesepakatan dalam menentukan keputusan.

Dari uraian di atas dapat dikatakan salah satu faktor penting yang mendukung kelancaran dalam menempuh studi khususnya mahasiswa yang berasal dari luar daerah Bengkulu adalah tempat tinggal selama masa studi berlangsung. Hal ini menjadikan penyedia jasa tempat tinggal khususnya penyedia jasa kost menawarkan produk jasanya kepada mahasiswa dengan berbagai keunggulan produk jasa yang mereka miliki, dan tentunya calon penyewa jasa kost dapat memilih tempat yang sesuai mereka inginkan.

## LANDASAN TEORI

### Keputusan Pembelian dan Sewa

Menurut Lupiyoadi (2014) : “Keputusan konsumen itu sendiri diartikan sebagai suatu keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan dengan didasari adanya niat untuk melakukan pembelian/menggunakan jasa.” Sedangkan pengertian lain dikemukakan Sadeli & Ukas (2010) bahwa : Keputusan merupakan dorongan serta keinginan yang merupakan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang. Jadi keputusan adalah pembangkit daya gerak untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai kepuasan dan tujuan. Keputusan merupakan kunci untuk mengerti tingkah laku pembeli atau langganan.

Swastha & Handoko (2014) menjelaskan bahwa sehubungan dengan keputusan untuk membeli, perilaku konsumen melalui beberapa proses yaitu : Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap, yaitu : (1) menganalisa kebutuhan dan keinginan, (2) pencarian informasi dan penilaian sumber-sumber, (3) penilaian dan seleksi terhadap alternatif pembelian, (4) keputusan untuk membeli, dan (5) perilaku sesudah pembelian.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dimulai jauh sebelum terjadinya kegiatan pembelian dan mempunyai kelanjutan yang panjang setelah pembelian dilakukan. Pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui jenis masalah atau keinginan dan kebutuhan yang timbul, apa yang menyebabkan rasa kebutuhan itu dan bagaimana rasa kebutuhan itu mengarah pada obyek tertentu.

Indikator - indikator variabel keputusan pembelian menurut Fifyanita Ghanimata dan MustafaKamal (2012) yaitu sebagai berikut :

1. Kesesuaian dengan kemampuan finansial
2. Mudah dijangkau atau tidaknya lokasi rumah kost yang akan dipilih
3. Kesesuaian rumah kost dengan keinginan
4. Kenyamanan rumah kost sebagai tempat tinggal

### Harga

Menurut Krisdayanto et al., (2018) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut (Priansa, 2017) mengatakan bahwa Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

Harga adalah nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai pertukaran atas barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang dimiliki oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggan.

Menurut Swastha & Irawan (2005), Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk jika memungkinkan) yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan jasa. Dari definisi tersebut dapat kita lihat bahwa harga yang dibayarkan oleh pembeli sudah termasuk jasa yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan menurut (Kotler, 2008) Harga adalah sejumlah uang yang konsumen tukarkan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lainnya menghasilkan biaya.

Indikator harga berdasarkan Sitti Hajar, Made Susilawati, dan Nilakusmawati (2012) sebagai berikut:

1. Persaingan harga
2. Sewa Bulanan
3. Sewa Tahunan
4. Adanya Discount

### Lokasi

Menurut Basu (2000), lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Menurut Alma (2003), lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha di masa yang akan datang.

Indikator lokasi berdasarkan Ferrydhotin Jannah (2019) yaitu:

1. Lokasi kost yang bersih

2. Jarak lokasi kos dengan kampus
3. Lokasi kos dekat dengan akses yang Diperlukan
4. Lokasi menghemat biaya transportasi
5. Lokasi kos aman

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui persepsi rata-rata jawaban yang diberikan responden terhadap variable penelitian. Persepsi responden diukur dengan menggunakan skala likert. Untuk membantu mendeskripsikan jawaban responden tersebut dilakukan perhitungan frekuensi dan nilai rata-rata dengan rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono, (2013) berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Setelah besarnya interval diketahui maka selanjutnya dibuat rentang skala sehingga dapat ditemukan kriteria penilaian persepsi responden terhadap variabel penelitian. Adapun kriteria penilaian masing-masing variable penelitian adalah sebagai berikut:

- 1,0 -1,80 = Sangat Tidak Baik
- 1,81 – 2,61 = Tidak Baik
- 2,62 -3,41 = Cukup Baik
- 3,43 – 4,23 = Baik
- 4,25 = 5 = Sangat Baik

### Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi berganda yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (Harga dan Lokasi) terhadap variabel terikat adalah (keputusan sewa kamar kost). Menurut Sugiyono (2014) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

#### Keterangan:

Y : keputusan sewa kamar kost  
 X1 : Harga  
 X2 : Lokasi  
 a : Nilai Konstanta  
 b : Koefisien Regresi  
 e : Standar Error

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistik berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistik berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

### Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur (Sugiyono, 2013). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan oleh (Sugiyono, 2013)

- Jika r positif, serta  $r \geq 0,444$  maka item pertanyaan tersebut valid.
- Jika r negatif, serta  $r \leq -0,444$  maka item pernyataan tersebut tidak valid.

## Uji Reliabilitas

Hasil penelitian dikatakan reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2013) Pengujian reabilitas instrument dengan rentang skor 1-5 menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Jika koefisien Cronbach's Alpha kurang dari 0,60 maka mengindikasikan reabilitas item-item dalam pernyataan yang buruk. Jika koefisien Cronbach's Alpha dengan range 0,60 dapat diterima.

## Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau ketiganya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data peneliti ketiga variable terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan bantuan *SPSS for Windows versi 22*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai  $p > 0,05$ . Besarnya tingkat K-S dengan tingkat signifikan diatas 0,05 berarti dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal (Ghozali, 2011).

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas dapat digunakan uji glejser yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi pada tabel output "coefficients" dengan nilai alpha (0,05), jika nilai signifikansi hasil penghitungan dari nilai alpha (0,05) maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. (Ghozali, 2011:126).

## Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai *tolerance* lebih dari 0,10. (Ghozali, 2011)

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R square atau R<sup>2</sup>) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Apabila nilai koefisien korelasi (R) sudah diketahui, maka untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi (R Square) dapat diperoleh dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi (R). Besarnya nilai koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

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

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi (*Coefficient of Determination*) R<sup>2</sup> merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok atau sesuai dengan datanya.

## Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang kebenarannya masih lemah. Agar pernyataannya tidak diragukan maka secara statistik kita bisa melakukan pengumpulan data dan melakukan pengujian. Dengan melakukan pengujian statistik terhadap hipotesis kita dapat memutuskan apakah hipotesis dapat diterima (data tidak memberikan bukti untuk menolak) atau ditolak (data memberikan bukti untuk menolak hipotesis).

**Uji – t (Uji Parsial)**

Pengujian hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen ( Harga dan Lokasi ) terhadap variabel dependen ( keputusan sewa kamar kost ).

Dasar pengambilan keputusan atau penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut:

- Jika nilai thitung > ttabel atau Sig < α maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen (Harga dan Lokasi) terhadap variabel dependen (keputusan sewa kamar kost ).
- Jika nilai thitung ≤ ttabel atau Sig ≤ α maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen (Harga dan Lokasi) terhadap variabel dependen (keputusan sewa kamar kost ).

**Uji F (Uji Simultan)**

Pengujian secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( Harga dan Lokasi ) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan sewa kamar kost)

Dasar pengambilan keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).
- Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

**Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat kelayakan regresi berganda. Jika tidak terjadi pelanggaran uji asumsi klasik, maka analisis regresi dapat dilanjutkan. Uji asumsi klasik pada regresi berganda dengan menggunakan data primer terdiri dari tiga uji, yaitu uji normalitas data, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas yang akan dijelaskan sebagai berikut:

**Uji asumsi klasik Normalitas**

Pengujian Normalitas data dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak secara statistik. Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogov-Smirnov Test*. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan dari pengujian *Kolmogov-Smirnov Test* > 0,05 (5%). Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92135904
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.056
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
  - b. Calculated from data.
  - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber : Data di olah 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogov-Smirnov Test*. Pada hasil Uji Normalitas dengan menggunakan *Kolmogov-Smirnov Test* hanya dengan melihat nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* pada output SPSS. Dapat terlihat bahwa data customer experience, persepsi konsumen dan pembelian ulang terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi > 0,05.

**Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan ada korelasi antara variabel independen. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor (VIF)*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, dikatakan tidak terjadi korelasi (bebas multikolinieritas) apabila nilai *Tolerance*  $\geq 0,1$  dan *VIF*  $\leq 10$ . Hasil uji multikolinieritas dapat terlihat pada table berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.340	2.937
	Lokasi	.340	2.937

a. Dependent Variable: Keputusan sewa

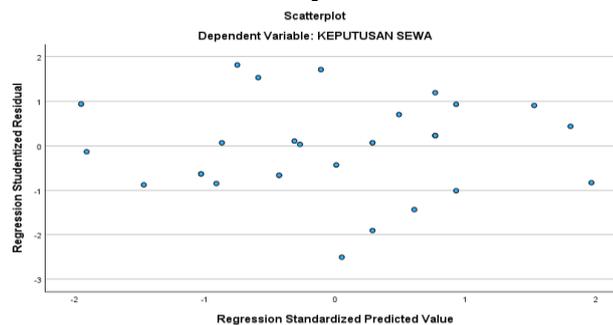
Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk variabel harga dan lokasi memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 sedangkan VIF lebih kecil dari 10, sehingga masing-masing variabel independen diatas bebas dari gejala multikolinieritas.

### Uji Asumsi Klasik Heteroskedastis

Uji Heteroskedastis bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* residual dari satu observasi ke observasi yang lain. Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastis digunakan uji *glesjer*. Glejser mengusulkan untuk meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen dan melihat probabilitas signifikansinya diatas 0,05 atau 5 %. Hasil dari pengujian heteroskedastis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastis**



Sumber: Data diolah, 2023

Dari gambar scatterplot di atas diketahui bahwa scatterplot membentuk titik – titik yang menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heterokedastisitas.

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan sewa secara langsung. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Keputusan sewa
- X<sub>1</sub> = Harga
- X<sub>2</sub> = Lokasi
- a = konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien regresi
- e = error model

Tabel berikut merupakan hasil perhitungan analisis regresi berganda menggunakan software SPSS v25.0:

**Tabel 3. Analisis Regresi Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.967	0.438		4.487	0.000	
	Harga	0.363	0.029	0.515	12.704	0.000	0.857
	Lokasi	0.504	0.049	0.421	10.388	0.000	0.839

a. Dependent Variable: Keputusan sewa

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel analisis regresi, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,967 + 0,363X_1 + 0,504X_2 + e$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya. Koefisien keputusan sewa sebesar 1,967 memiliki arti ketika keputusan sewa tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya maka akan bernilai 1,967 dengan slope yang negatif. Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan Keputusan sewa. Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_1$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Harga ( $X_1$ ) dengan Keputusan sewa ( $Y$ ). Koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0,363 mengandung arti untuk setiap peningkatan Harga ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Keputusan sewa ( $Y$ ) sebesar 0,363 satuan. Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_2$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Lokasi ( $X_2$ ) dengan Keputusan sewa ( $Y$ ). Koefisien regresi variabel  $X_2$  sebesar 0,504 mengandung arti untuk setiap peningkatan Lokasi ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Keputusan sewa ( $Y$ ) sebesar 0,504 satuan.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan sewa baik secara parsial maupun secara simultan. Maka pada pengujian hipotesis ini digunakan dua hipotesis yaitu uji hipotesis simultan dan uji hipotesis parsial.

### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pada hipotesis parsial, digunakan uji t untuk menguji apakah secara sendiri-sendiri, Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan sewa.

### Harga terhadap Keputusan sewa

Analisis pengaruh variabel Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan sewa ( $Y$ ) diperoleh hasil berdasarkan output *IBM SPSS v25.0*. Berikut adalah hasil analisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Sewa.

**Tabel 4. Uji Hipotesis Harga Terhadap Keputusan sewa**

		Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.967	0.438		4.487	0.000	
	Harga	0.363	0.029	0.515	12.704	0.000	0.857
	Lokasi	0.504	0.049	0.421	10.388	0.000	0.839

a. Dependent Variable: Keputusan sewa

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa arah hubungan Harga dengan Keputusan sewa adalah positif (nilai koefisien pada kolom B), disana tertulis 0,363 artinya ketika ada peningkatan Harga maka akan meningkatkan Keputusan sewa.

Kemudian penulis melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t yang memiliki ketentuan sebagai berikut.

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada pada daerah penolakan, berarti  $H_a$  diterima atau ada pengaruh.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada pada daerah penerimaan, berarti  $H_a$  ditolak atau tidak ada pengaruh.

**Hipotesis 1:**

$H_{01}$  : Harga tidak mempengaruhi Keputusan sewa di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

$H_{a1}$  : Harga mempengaruhi Keputusan sewa di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Berdasarkan tabel di atas yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana diperoleh t-hitung sebesar 12,704 dan derajat bebas (n-k-1) atau 371-2-1 = 368 diperoleh angka t tabel 1,966 sehingga t-hitung > t-tabel. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh signifikan antara Harga terhadap Keputusan sewa. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Harga mempengaruhi Keputusan sewa di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu dapat diterima, sehingga hipotesis 1 diterima.

**a. Lokasi terhadap Keputusan sewa**

Analisis pengaruh variabel Lokasi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan sewa (Y) diperoleh hasil berdasarkan output IBM SPSS v25.0. Berikut adalah hasil analisis pengaruh Lokasi terhadap Keputusan sewa.

**Tabel 5. Uji Hipotesis Lokasi Terhadap Keputusan sewa  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error				
1	(Constant)	1.967	0.438		4.487	0.000	
	Harga	0.363	0.029	0.515	12.704	0.000	0.857
	Lokasi	0.504	0.049	0.421	10.388	0.000	0.839

a. Dependent Variable: Keputusan sewa  
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa arah hubungan Lokasi dengan Keputusan sewa adalah positif (nilai koefisien pada kolom B), disana tertulis 0,504 artinya ketika ada peningkatan Lokasi maka akan meningkatkan Keputusan sewa.

Kemudian penulis melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t yang memiliki ketentuan sebagai berikut.

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada pada daerah penolakan, berarti  $H_a$  diterima atau ada pengaruh.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada pada daerah penerimaan, berarti  $H_a$  ditolak atau tidak ada pengaruh.

**Hipotesis 2:**

$H_{02}$  : Lokasi tidak mempengaruhi Keputusan sewa Di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

$H_{a2}$  : Lokasi mempengaruhi Keputusan sewa Di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Berdasarkan tabel di atas yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana diperoleh t-hitung sebesar 10,388 dan derajat bebas (n-k-1) atau 65-2-1 = 62 diperoleh angka t tabel 1,966 sehingga t-hitung > t-tabel. Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka terdapat pengaruh signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan sewa. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Lokasi mempengaruhi Keputusan sewa Di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu dapat diterima, sehingga hipotesis 2 diterima.

### Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 25.0, untuk mengetahui apakah variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan sewa secara bersama-sama atau simultan. Adapun teknik mendapatkan hasil perhitungan yaitu menggunakan uji F dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 6. Uji Hipotesis Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1212.467	2	606.233	710.278	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	314.094	368	0.854		
	Total	1526.561	370			

a. Dependent Variable: Keputusan sewa

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai F-hitung 710,278 dan kemudian nilai signifikansi (sig.0,000), jika dibandingkan antara nilai signifikansi (sig) dengan nilai alpha ( $\alpha = 0,05$ ), maka nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan nilai alpha, artinya variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama. Kemudian penulis melakukan uji hipotesis dengan uji F, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika F-hitung > F-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan sewa.
- Jika F-hitung < F-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan sewa.

### Hipotesis 3:

$H_{03}$  : Harga dan Lokasi tidak mempengaruhi Keputusan sewa Di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

$H_{a3}$  : Harga dan Lokasi mempengaruhi Keputusan sewa Di kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Berdasarkan ketentuan yang telah dikemukakan di atas, dimana diperoleh F-hitung sebesar 710,278 dan derajat bebas ( $n-k-1$ ) atau  $55-2-1= 2$  diperoleh angka F-tabel sebesar 3,02 sedangkan F-hitung sebesar 710,278, sehingga F-hitung > F-tabel artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan sewa secara simultan, maka hipotesis 3 diterima.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besaran pengaruh dari Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan sewa. Berikut adalah hasil perhitungan koefisien determinasi berdasarkan output SPSS.

**Tabel 7. Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.891 <sup>a</sup>	0.794	0.793	0.92386

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan sewa

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi simultan adalah sebesar 0,891 kemudian koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,794. Artinya total pengaruh antara variabel Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) terhadap Keputusan sewa sebesar 79,4% sedangkan sisanya 20,6% merupakan pengaruh variabel-variabel lain yang tidak peneliti libatkan dalam penelitian ini.

## Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengisian kuesioner oleh responden maka didapatkan harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa ( $Y$ ) di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9.
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9 Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengisian kuesioner oleh responden maka didapatkan Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan sewa ( $Y$ ) di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa di Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9. Artinya dengan harga yang sesuai harapan mahasiswa maka akan lebih bagi penyewa untuk mengambil keputusan sewa kamar kost.
2. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9. Artinya dengan Lokasi yang sesuai harapan mahasiswa maka akan lebih bagi penyewa untuk mengambil keputusan sewa kamar kost.
3. Harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa Kamar kos di kawasan Adam Malik Km. 9. Artinya dengan harga dan lokasi yang sesuai harapan mahasiswa maka akan lebih bagi penyewa untuk mengambil keputusan sewa kamar kost.

### Saran

1. Diharapkan agar pemilik rumah kos menetapkan biaya kosan yang bersaing dengan kosan lainnya.
2. Diharapkan agar pemilik kosan mempertimbangkan lokasi kos yang dekat dengan akses yang diperlukan (Seperti: tempat makan dan *laundry*) dan fotocopy
3. Diharapkan agar pemilik kos menyediakan rumah kos yang sesuai dengan kemampuan financial penyewa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Alfabeta.
- Basu, S. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. PT Raja Grafindo Persada.
- Ferrydhotin Jannah. 2019. *Analisis Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Indekos (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2019
- Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*. Diponegoro Journal of Management. Vol. 13/No.2/Hlm.1-10
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan*. PT. Perihalindo.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Managemen*, 4(4)
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Siti Hajar, Made S., dan Nilakusmawati. 2012. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Rumah Kost. *e-Jurnal Matematika Vol. 1 No. 1 Agustus 2012*, 25-31
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sadeli, M. L., & Ukas, M. (2000). *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*.

- Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty.
- Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwarman, U. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.