PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN *ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KOS PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
REVI NUR FITRIYANI
NIM. 2017201083

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Revi Nur Fitriyani
Nim	: 2017201083
Jenjang	: S.1
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kos Perspektif Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian- bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 12 Desember 2024

Saya yang menyatakan,

Revi Nur Fitriyani

NIM. 2017201083

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KOS PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)

Yang disusun oleh Saudara **Revi Nur Fitriyani NIM 2017201083** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 08 Januari 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji	Sekretaris Sidang/Penguji
Dr. H. Jamal Abdul Aziz. M.Ag.	Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
NIP. 19730921 200212 1 004	NIP. 19830510 202321 2 033

Pembimbing/Penguji

H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 10 Januari 2025
Mengesahkan
Dekan,

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Revi Nur Fitriyani NIM 2017201083 yang berjudul :

Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kos Perspektif Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 12 Desember 2024
Pembimbing

H. Ubaidillah S.E., M.E.I.
NIP. 198809242019031008

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN *ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KOS PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus pada Mahasiswa di purwokerto)

Revi Nur Fitriyani
NIM. 2017201083
Email: frevinur@gmail.com
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Mahasiswa merupakan peserta didik yang terdaftar di sebuah perguruan tinggi dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh universitas tersebut. Seperti halnya masyarakat umum atau rumah tangga, mahasiswa juga melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi. Salah satu bentuk konsumsi mahasiswa adalah pemilihan tempat tinggal sementara (kos). Banyaknya jumlah mahasiswa di kabupaten banyumas mencapai 59.045 mahasiswa. Ketiga perguruan tinggi yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak yaitu ada pada UNSOED, UMP, dan UIN SAIZU. Dalam memilih kos diperlukan keputusan yang baik agar sesuai dengan minat dan harapan. Namun untuk alasan ekonomi, seringkali mahasiswa menginginkan kos – kosan dengan harga yang murah serta lokasi yang tidak jauh dari kampus namun kualitas yang diberikan cukup bagus dan banyak diminati oleh mahasiswa lainnya. Selain itu *atmosphere* atau suasana kos yang baik akan menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih kos.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* terhadap variabel dependen yaitu keputusan mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji persyaratan analisis, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan : harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Dalam perspektif islam, keputusan mahasiswa dalam memilih kos sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yaitu mempertimbangkan harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* didasarkan pada prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan. Disisi lain, bagi pemilik kos yang tidak dapat melakukan pengawasan langsung terhadap penghuni kos (tidak tinggal di kos tersebut) disarankan untuk menambah keamanan dengan cara memasang cctv (*closed circuit television*) di kos tersebut agar terhindar dari hal-hal yang buruk.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, *Atmosphere*, Keputusan Mahasiswa, Perspektif Islam

THE INFLUENCE OF PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND ATMOSPHERE ON STUDENT'S DECISIONS IN CHOOSING BOARDING HOUSE FROM AN ISLAMIC PERSPECTIVE (Case Study on Students in Purwokerto)

Revi Nur Fitriyani
NIM. 2017201083
Email: frevinur@gmail.com
Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Students are students who are registered at a college and meet the requirements set by the university. Like the general public or households, students also carry out daily economic activities including consumption. One from of student consumption is choosing a temporary residence (boarding house). The number of students in Banyumas Regency reached 59,045 students. Third universities that have the highest number of students are UNSOED, UMP, and UIN SAIZU. In choosing boarding house, a good decision is needed to suit interests and expectations. However, for economic reasons, students often want boarding houses with cheap prices and locations that are not far from campus but the quality provided is quite good and is in great demand by other students. In addition, a good atmosphere or boarding house atmosphere will be a consideration for students in choosing a boarding house.

This study aims to determine the influence of independent variables such as price, service quality, location and atmosphere on dependent variables, namely student decisions. This research is a quantitative research. The data collection method in this study uses a questionnaire with a sample of 100 respondents. The data analysis techniques used are analysis requirements tests, classical assumption tests, multiple regression analysis and hypothesis tests.

The results of this study show that both partially and simultaneously: price, service quality, location and atmosphere influence students decisions in choosing boarding house. In the perspective of islam, the decision of students in choosing a boarding house is in accordance with the principles of islamic economics, namely considering price, quality of service, location and atmosphere based on the principles of justice, balance and welfare. On the other hand, for boarding house owner who cannot directly supervise the boarding house resident (do not live in the boarding house) it is advisable to increase security by installing cctv (closed circuit television) in the boarding house to avoid bad things.

Keywords: Price, Service Quality, Location, Atmosphere, Student Decision, Islamic Perspective

MOTTO

“Seindah apapun kita merencanakan masa depan, tetap sisakan ruang iklhas bahwa hari esok memang diluar kehendak kita”

(Ustadz Hannan Attaki)

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba’	B	be
ت	ta’	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ȟ	H̲	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha’	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Ża	Ż	ze (dengan titik di atas)
ر	ra’	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	S̲	es (dengan garis dibawah)
ض	d’ad	d̲	de (dengan garis di bawah)
ط	Ţa	t̲	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ża	z̲	zet (dengan garis dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	fa’	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	‘el
م	Mim	m	‘em
ن	Nun	n	‘en
و	Waw	w	W
ه	ha’	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ى	ya’	y	ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدّة	Ditulis	‘iddah

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salah dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامةالاولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'

b. bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاةلفطر	Ditulis	Zakât al-fitr

4. Vokal pendek

◌َ	fathah	ditulis	a
◌ِ	kasrah	ditulis	i
◌ُ	dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جا هلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karim
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek

أأنتم	Ditulis	A'antum
أعدت	Ditulis	U'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	Al- qiyâs

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-samâ

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN *ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KOS PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)"** dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto .

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terselesaikannya skripsi ini tentu dengan dukungan, bantuan, bimbingan, semangat dan doa dari orang-orang terbaik yag ada di lingkungan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sumhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Ahmad Dahlan , M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Sochimin, selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. H. Ubaidillah, S.E., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat serta kesabarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, kemudahan dalam setiap urusannya, dibalas kebaikannya oleh Allah SWT dan semoga menjadi amal jariyah bapak.
8. Segenap Dosen, Staff, Tata Usaha dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Teruntuk Bapak dan Ibuku tercinta, serta kakak dan adikku tersayang. Bapak Wasirin dan Ibu Sri Haryani, Kakak Aulia Setya Lestari, Adik Hilmi adzkia Fajriyan serta Adik M. Azzam Nur Hafizh yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moral maupun materil. Serta doa yang tak pernah putus di setiap langkah proses yang dijalani. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan, kebahagiaan, perlindungan dan umur yang berkah.
10. Teruntuk teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalau ada untuk penulis, dan selalu membantu disetiap langkah dan proses penyelesaian skripsi ini baik secara waktu, pikiran dan tenaga. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan dalam menjalankan kehidupan ini.
11. Teruntuk teman-temanku yang selalu ada sampai saat ini (Sifa, Ummu, May, Ees dan Sofi) terimakasih telah memberi semangat dan masukannya selama ini.
12. Teruntuk teman seperjuangan Ekonomi Syariah B Angkatan 2020 (Lintang, Dwi Zulfani, Dara, Regita) yang telah membersamai selama dibangku perkuliahan. Terimakasih telah bersedia menemani dan mendengarkan segala keluh kesah penulis dan terimakasih untuk nasehat, serta usahanya yang sering kali membangkitkan semangat penulis.
13. Semua pihak serta orang yang kenal dan mengenali penulis, mohon maaf tidak bisa penulis sebutkan satu persatu serta semua pembaca yang budiman, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

14. Seluruh responden yang telah bersedia membantu penulis dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
15. Teruntuk diri saya sendiri, terimakasih telah mampu bertahan sejauh ini dan kuat meyelesaikan semuanya hingga akhir, serta tetap berusaha dan yakin meskipun terkadang banyak hal yang rumit dan menggoyahkan mental.

Semoga Allah SWT memeberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 12 Desember 2024

Penulis

Revi Nur Fitriyani

Nim. 2017201083

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

NOTA DINAS PEMBIMBING iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vii

MOTTO ix

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA x

KATA PENGANTAR xii

DAFTAR ISI xv

DAFTAR TABEL xviii

DAFTAR GAMBAR xix

DAFTAR LAMPIRAN xx

BAB I PENDAHULUAN 1

- **A. Latar Belakang Masalah** 1
- **B. Rumusan Masalah** 9
- **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian** 9
- **D. Sistematika Pembahasan** 11

BAB II LANDASAN TEORI 12

- **A. Kajian Pustaka** 12
- **B. Kajian Teori** 16
  - **1. Teori Perilaku Konsumen** 16
  - **2. Harga** 17
  - **3. Kualitas Layanan** 18
  - **4. Lokasi** 19
  - **5. *Atmosphere*** 20
  - **6. Keputusan Mahasiswa** 21
- **C. Landasan Teologis** 23
  - **1. Harga Prespektif Islam** 23
  - **2. Kualitas Layanan Prespektif Islam** 23

3. Lokasi Prespektif Islam 24
4. *Atmosphere* Prespektif Islam 24
5. Keputusan dalam Prespektif Islam 25
D. Kerangka Berpikir 26
E. Rumusan Hipotesis 27
BAB III METODE PENELITIAN 32
A. Jenis Penelitian 32
B. Tempat dan Waktu Penelitian 32
C. Populasi dan Sampel Penelitian 32
D. Variabel dan Indikator Penelitian 34
E. Pengumpulan Data Penelitian 36
F. Sumber Data Penelitian 37
G. Teknik Analisis Data Penelitian 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 42
A. Gambaran Umum Mahasiswa di Purwokerto 42
1. Universitas Jenderal Soedirman 42
2. Universitas Muhammadiyah Purwokerto 44
3. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri 46
B. Karakteristik Responden 47
C. Uji Persyaratan Analisis 50
1. Uji Validitas 50
2. Uji Reliabilitas 51
D. Uji Asumsi Klasik 52
1. Uji Normalitas 52
2. Uji Multikolinieritas 53
3. Uji Heterokedastisitas 54
E. Analisis Regresi Linier Berganda 55
F. Uji Hipotesis 57
1. Uji Parsial (Uji t) 57
2. Uji Simultan (Uji F) 59
3. Koefisien Determinasi 60
G. Pembahasan dan Hasil Penelitian 61
BAB V PENUTUP 71

A. Kesimpulan 71
B. Saran 72
LAMPIRAN-LAMPIRAN 78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa pada Universitas (Negeri dan Swasta) di Kabupaten Banyumas Tahun Akademik 2022/2023 2
Tabel 1. 2 Perbandingan Beberapa Kos Putri di Purwokerto 7
Tabel 2. 1 Kajian Pustaka 15
Tabel 3. 1 Jumlah Populasi 33
Tabel 3. 2 Indikator Penelitian 35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Usia 48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Perguruan Tinggi 48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Pendapatan Orang Tua 49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Biaya Kos 49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Frekuensi Keputusan Memilih Kos 50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas 51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas 52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas 53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas 54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas 55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 56
Tabel 4. 12 Hasil Uji T 58
Tabel 4. 13 Hasil Uji F 60
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 78
Lampiran 2 Data Responden 83
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban 93
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 106
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas 109
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik 110
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda 111
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis 112
Lampiran 9 Distribusi Kuesioner 113
Lampiran 10 Tabel R 114
Lampiran 11 Tabel T 114
Lampiran 12 Tabel F 115
Lampiran 13 Surat Penelitian 116
Lampiran 14 Sertifikat 117

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pandangan islam, manusia dianggap sebagai ciptaan Allah yang paling sempurna. Namun, manusia tidak muncul dengan dirinya sendiri atau tanpa bantuan. Islam mengajarkan agar umatnya menjadi pribadi yang cerdas dan bijaksana dalam kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat, baik dalam memenuhi kebutuhan pribadi maupun dalam menyelesaikan berbagai masalah yang meghadang.

Perguruan tinggi atau universitas sebagai lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, memiliki peran penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Saat ini, kualitas sumber daya manusia dipandang sebagai salah satu faktor kunci dalam menghadapi persaingan bebas. Semakin ketatnya persaingan dan meningkatnya tuntutan dunia kerja yang berkualitas, sehingga mereka dapat berkembang dan berkontribusi dalam pembangunan bangsa. Oleh karena itu perguruan tinggi memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan karakter bagi penerus bangsa melalui penanaman nilai – nilai leluhur pada mahasiswa.

Di perguruan tinggi, seseorang individu tidak berstatus siswa, melainkan mahasiswa. Oleh karena itu perguruan tinggi merupakan wadah bagi para siswa terutama siswa disekolah menengah atas yang ingin melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi sehingga dapat melahirkan mahasiswa yang berprestasi dan mampu bersaing disegala bidang. Selain itu, mahasiswa diharapkan mampu menunjukkan karakter yang baik, intelektual, sopan, menghargai orang lain, dan menjadi teladan bagi lingkungan sekitarnya.

Mahasiswa merupakan peserta didik yang terdaftar di sebuah perguruan tinggi dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh universitas tersebut. Seperti halnya masyarakat umum atau rumah tangga,

mahasiswa juga melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi. Salah satu bentuk konsumsi mahasiswa adalah pemilihan tempat tinggal sementara (kos), karena pada dasarnya manusia memiliki 3 kebutuhan yang mendasar yaitu sandang, pangan dan papan. Konsumsi tempat tinggal ini, baik oleh masyarakat maupun mahasiswa, bervariasi antara individu dengan individu lainnya. Dalam memilih tempat kos, mahasiswa dihadapkan pada berbagai pilihan dan preferensi. Berikut ini merupakan tabel jumlah mahasiswa di kabupaten Banyumas pada Tahun Akademik 2022/2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa pada Universitas (Negeri dan Swasta) di Kabupaten Banyumas Tahun Akademik 2022/2023

No	Nama Perguruan Tinggi	Mahasiswa
1.	Universitas Jenderal Soedirman	18.537
2.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	14.341
3.	UIN SAIZU Purwokerto	13.753
4.	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	4.890
5.	Universitas AMIKOM Purwokerto	3.481
6.	Universitas Harapan Bangsa Purwokerto	2.246
7.	STMIK Widya Utama	664
8.	Poltekkes Semarang Jurusan Kesehatan Lingkungan	579
9.	Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso	403
10.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satria	151
	Jumlah	**59.045**

Sumber : (BPS, 2023), *data diolah.*

Dapat kita lihat dari tabel diatas, bahwa banyaknya mahasiswa di kabupaten banyumas mencapai 59.045 mahasiswa. Dari banyaknya mahasiswa tersebut akan berdampak positif bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian terutama di daerah sekitar kampus, sehingga

muncul adanya peluang-peluang usaha seperti membuka warung makan, *laundry*, fotocopy serta sewa kost. Kemudian, 3 perguruan tinggi yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak yaitu ada pada UNSOED, UMP dan UIN SAIZU. Ketiga universitas tersebut berada di kota Purwokerto. Oleh karena itu, karena keterbatasan waktu penelitian maka pada penelitian ini peneliti mengambil studi kasus pada mahasiswa di purwokerto yang mencakup 3 Perguruan tinggi tersebut.

Purwokerto merupakan kota yang sangat strategis dengan adanya beberapa mahasiswa – mahasiswa dari berbagai kota. Mahasiswa dari luar kota yang menempuh pendidikan tersebut perlu memilih tempat tinggal untuk mereka menetap selama menimba ilmu. Mengingat sebagian mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri dan hanya mengandalkan dukungan finansial dari orang tua untuk biaya hidup, untuk itu dari berbagai pilihan tempat tinggal seperti kontrakan, asrama, kos dan lain sebagainya maka, banyak sebagian mahasiswa yang memilih menyewa kos.

Kos merupakan singkatan dari indekos. Menurut KBBI yaitu menetap di tempat tinggal seseorang, bisa dengan makan atau tanpa makan (membayar setiap bulannya) (Setiawan, n.d.). Dalam memilih kos diperlukan keputusan yang baik agar sesuai dengan minat dan harapan setiap orang. Namun untuk alasan ekonomi, seringkali mahasiswa menginginkan kos – kos an dengan harga yang murah serta lokasi yang tidak jauh dari kampus namun kualitas yang diberikan cukup bagus dan banyak diminati oleh mahasiswa lainnya. Disisi lain *atmosphere* merupakan aspek penting juga karena dari suasana atau lingkungan yang baik akan terciptanya kenyamanan dan ketentraman.

Harga sewa adalah salah satu aspek yang memengaruhi keputusan dalam memilih kos. Dalam memilih kos biasanya mahasiswa menyesuaikan dengan kemampuan finansial orang tua mereka, karena tidak semua orang tua memiliki penghasilan yang mencukupi atau mampu membayar harga sewa kos yang ditetapkan oleh pemilik kos. Namun penetapan harga sering mengalami perubahan karena pada hakikatnya hukum permintaan

mengatakan bahwa jika harga barang atau jasa naik, maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan menurun. Sebaliknya, jika harga barang atau jasa turun, permintaan akan meningkat (Thoharudin et al., 2022). Sehingga jika suatu harga sewa kos tinggi, maka mahasiswa yang mengambil keputusan memilih kos akan berkurang. Tetapi jika harga sewa kos rendah, maka mahasiswa yang mengambil keputusan memilih kos akan bertambah.

Pada penelitian Abd. Rahman Sampuju, variabel harga memiliki dampak signifikan pada keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang dipatok oleh pemilik tempat kos akan memengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih kos (Sampuju, 2018). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Winda Puswining Rahayu dan Lativa Hartiningtyas, menyatakan bahwa harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan. sehingga, variabel harga bukanlah satu-satunya faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan kamar kos, banyak mahasiswa memilih kos berdasarkan pertimbangan pribadi dan preferensi mereka (Rahayu, 2022).

Kualitas pelayanan merujuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Sehingga, pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan mencakup aspek- aspek seperti kemudahan, keramahtamahan serta kecepatan semua ini diwujudkan melalui sikap dan perilaku dalam memberikan pelayanan untu kepuasan pelanggan. Di sisi lain, memastikan kualitas layanan tempat tinggal seperti kos, tidak hanya tergantung pada fasilitas yang disediakan, tetapi juga pada kemampuan mempertahankan citra dan persepsi yang positif dari kos tersebut (N. K. Dewi et al., 2014). Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin positif citra dan persepsi yang ada pada kos tersebut. Tetapi semakin buruk kualitas layanan yang diberikan, maka semakin negatif citra dan persepsi yang ada pada kos tersebut. Sehingga, hal tersebut menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam memilih kos agar sesuai dengan keinginan.

Pada penelitian Rachman dan Dermawan, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, jika kualitas layanan yang disediakan semakin baik, maka hal ini dapat memengaruhi peningkatan keputusan untuk menyewa (Rachman & Dermawan, 2023). Namun tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan Laila Nur Indahsari dan May Roni, memperoleh hasil bahwa pada variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan. ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan tidak memiliki dampak secara signifikan pada keputusan konsumen (Indahsari & Roni, 2022).

Kemudian lokasi juga unsur penting untuk menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menjalankan berbagai aktivitas (Dwi, 2023). Oleh karena itu, semakin terjangkau lokasi kos tersebut, maka semakin banyak minat mahasiswa dalam memilih kos tersebut. Begitu sebaliknya, semakin sulit dijangkau lokasi kos tersebut, maka semakin berkurang minat mahasiswa dalam memilih kos tersebut. Bagi mahasiswa dengan situasi ekonomi menengah, sebagian mereka memilih tinggal dekat dengan kampus untuk menekan biaya transportasi. Di sisi lain, beberapa mahasiswa memilih tempat kos yang jauh dari kampus namun dengan biaya yang lebih terjangkau karena mempunyai transportasi pribadi seperti sepeda motor. Namun bagi mereka yang menghadapi keterbatasan ekonomi, mereka memilih kos yang murah dan dekat dengan kampus agar dapat berjalan kaki untuk menghemat biaya transportasi atau mengurangi pengeluaran secara keseluruhan.

Pada penelitian Ferrydhotin Jannah, memiliki hasil bahwa variabel lokasi berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin strategis lokasi kos, semakin besar kemungkinan dipilih oleh mahasiswa (Jannah, 2018). Namun tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan Muarif Fauzi, dengan hasil menyatakan bahwa dari Uji t variabel lokasi tidak berpengaruh.

Artinya, secara parsial lokasi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih mitra kos (M. Fauzi, 2019).

Selain beberapa faktor diatas, *atmosphere* juga memengaruhi keputusan dalam memilih kos. Orang tua yang baru mengizinkan anaknya merantau di kota orang akan beranggapan bahwa lingkungan yang dekat kampus akan memiliki *atmosphere* atau suasana yang lebih terkendali. Dalam situasi ini, mahasiswa akan berada dalam *atmosphere* pendidikan yang membuat proses belajar mereka auh lebih nyaman dalam meningkatkan peluang masa depan yang cerah (Sunarsi et al., 2020). Oleh karena itu, semakin aman lingkungan kos, maka semakin nyaman *atmosphere* yang tercipta pada kos tersebut. Tetapi, semakin rawan lingkungan yang ada, maka semakin tidak nyaman *atmosphere* yang tercipta pada kos tersebut. Sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan pada mahasiswa dalam memilh kos.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Yeni suryaningsih hasil uji parsial (uji t) dengan nilai signifikansi variabel *Atmosphere* 0,015 < 0,05 dan t hitung lebih dari t tabel sehingga, *atmosphere* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos (Suryaningsih, 2021). Namun tidak selaras dengan penelitian Mariana Puspa Dewi, hasil uji T dengan nilai t hitung 1,468 < t tabel 1,988. Sehingga, menunjukkan *Atmosphere* secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan (M. P. Dewi, 2021) .

Di Purwokerto, sewa kos berkisar Rp 300.000 untuk kamar standar hingga Rp 600.000 – 800.000 per bulan, untuk kelas VIP. Untuk kamar dengan harga Rp 3.000.000 – 5.000.000 per tahun umumnya memiliki fasilitas kamar mandi luar, satu kulkas bersama, TV bersama serta ada tambahan biaya listrik dan wifi sekitar Rp 50.000 – 80.000. Disisi lain, kamar seharga Rp 6.000.000 sampai 10.000.000 per tahun dilengkapi dengan fasilitas kamar mandi dalam, memiliki halaman luas, kulkas bersama, TV, AC, mesin cuci bersama dan sudah termasuk biaya wifi

(Anugrah, 2018). Berikut ini, peneliti sajikan tabel perbandingan beberapa kos yang ada di purwokerto.

Tabel 1. 2 Perbandingan Beberapa Kos Putri di Purwokerto

Nama Kos	Harga	Fasilitas	Kriteria	Lokasi
Kos Al Kurma	Rp. 400.00/ bulan	1. Fasilitas kamar : Kasur dan ada lemari. 2. Fasilitas umum : terdapat kamar mandi luar, ada tempat parkir dan sudah termasuk listrik	Diisi 1 orang	221 m dari UMP
Kos Pondok Aivel	Rp. 400.000/ bulan	1. Fasilitas kamar : Kasur, meja, lemari, kamar mandi luar. 2. Fasilitas umum : wifi, ruang tamu, penjaga kos, tempat parkir dan ruang jemur.	Diisi oleh 1 orang	478 m dari UNSOED
Kos Teratai	Rp. 700.000/ bulan	1. Fasilitas kamar : Kasur, meja, lemari, kamar mandi dalam.. 2. Fasilitas umum : wifi, kulkas, ruang tamu, ruang jemur dan tempat parkir.	Diisi 1 orang	765 m dari UMP
Kos Annisa	Rp. 800.000/ bulan	1. Fasilitas kamar : terdapat kasur, lemari dan kamar mandi dalam. 2. Fasilitas umum : wifi, ruang jemur , tempat parkir dan penjaga kos.	Diisi 2 orang	500 m dari UIN Saizu

Kos Griya Bangun Widadi	Rp. 1.000.000 / bulan	1. Fasilitas kamar : terdapat kasur, lemari, meja dan kamar mandi dalam. 2. Fasilitas umum : wifi, dapur, penjaga kos.	Diisi 2 orang	200 m dari UIN Saizu
Kos Golden Nest	Rp. 1.200.000/ bulan	1. Fasilitas kamar : AC, Kasur, meja, lemari, kamar madi dalam. 2. Fasilitas umum : cctv, wifi, dapur, kulkas, laundry, penjaga kos, ruang tamu, sudah termasuk listrik dan tempat parkir	Diisi 1 orang	569 m dari UNSOED

Sumber : (mamikos, n.d.), *Data diolah*

Penelitian ini mengacu pada jurnal karya Yuyun fitria, dkk (2023) dengan judul " Analisis Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Indekos Daerah Sekitar Kampus UIN Raden Intan Lampung". Dengan hasil menunjukkan bahwa variabel lokasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos (Fitria, yuyun, 2023). Dari penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek yang sama yaitu terkait preferensi mahasiswa dalam memilih kos, namun dengan subjek penelitian yang berbeda yaitu mahasiswa khususnya di Purwokerto.

Kemudian peneliti juga melakukan pengembangan terkait judul dari jurnal karya Yuyun fitria, dkk (2023) dengan menambah beberapa variabel independen seperti kualitas layanan dan *atmosphere*. Selain lokasi dan harga, kualitas layanan juga mempengaruhi keputusan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan keputusan mahasiswa memilih kos. Selain itu *atmosphere* juga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa, semakin baik *atmosphere* yang tercipta maka semakin meningkat keputusan mahasiswa dalam memilih kos tersebut. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh

Fitria, dkk (2023) belum ditinjau dari aspek perspektif islam, sehingga judul dalam penelitian ini yaitu **"Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kos Perspektif Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)".**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, sehingga peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara detail, terperinci dan mendalam. Rumusan – rumusan masalah tersebut ,yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos?
4. Apakah *atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos?
5. Apakah harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.
b. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.
c. Untuk mengetahui apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.
d. Untuk mengetahui apakah variabel *atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

e. Untuk mengetahui apakah variabel harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1) Penelitian ini dapat menambah wawasan ilmiah tekait teori perilaku konsumen, khususnya dalam konteks keputusan pemilihan tempat tinggal oleh mahasiswa.
2) Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman teori perilaku konsumen terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, terutama terkait pemlihan produk atau jasa.
3) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pembanding dalam penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pengaruh harga, kualitas layanan, lokasi dan atmosphere terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah perbendaharaan kepustakaan khususnya di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang dapat digunakan sebagai referensi keilmuan mengenai pengaruh harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere.*

2) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam memilih kos, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan prioritas.

3) Bagi Pemilik Kos atau Pengusaha

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang relevan mengenai faktor-faktor yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih kos, sekaligus sebagai acuan

masyarakat yang akan mendirikan sewa kos agar banyak diminati dan disukai oleh kalangan mahasiswa.

D. Sistematika Pembahasan

Agar memberikan gambaran secara rinci dan detail, maka dalam susunan sistematika pembahasan, penulis membagi menjadi 5 bab antara lain :

Bab I yaitu pendahuluan, pada bagian ini akan mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, hipotesis, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II berisi landasan teori, dimana pada bagian ini mencakup uraian teori – teori mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian serta permasalahan yang akan diteliti.

Bab III merupakan metode penelitian, pada bagian ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

Bab IV yaitu berisi pembahasan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kos Perspektif Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto).

Bab V merupakan bagian penutup yang berisi tentang kesimpulan hasil dari penelitian dan saran – saran yang merupakan hasil analisis data.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, peneliti mencari referensi yang terdapat pada penelitian – penelitian sebelunya agar lebih memudahkan dalam mempelajari dan memperjelas peneliti untuk melakukan penelitian ini. Berikut beberapa jurnal sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, diantaranya :

Pertama, jurnal oleh Asep Sulaeman, dkk (2022). Universitas Pamulang yang berjudul *"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Supermall Karawaci Tangerang"*. Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif dan asosiatif dalam metode kuantitatif. Pada hasil penelitian ini variabel harga dan kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu metode yang digunakan peneliti juga sama yakni metode pendekatan kuantitatif. Tetapi terdapat perbedaan pada peneltian yang dilakukan oleh asep sulaeman, dkk dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana asep hanya menggunakan 2 variabel independent yaitu variabel harga dan kualitas. Tetapi peneliti menggunakan 4 variabel independent yaitu harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*. Subjek yang diambil juga berbeda, dimana asep mengambil subjek keputusan pembelian pada matahari sedangkan peneliti mengambil subjek keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

Kedua, jurnal karya Janet Paruntu, dkk (2021). Universitas Sam Ratulagi Manado yang berjudul yaitu *"Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Indekos dengan Analisis Faktor"*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menemukan empat faktor yang menjadi keputusan mahasiswa dalam memilih indekos, faktor tersebut yaitu : faktor lokasi, fasilitas, harga dan referensi. Dari keempat faktor tersebut, lokasi dan harga adalah faktor yang paling dominan dengan nilai eigen 4.130 dan keragaman

varian sebesar 31.769 %. Persamaan pada penelitian ini dengan peneliti yaitu objek yang diteliti sama- sama mengenai kos. Kemudian metode yang digunakan sama yaitu metode dengan pendekatan kuantitatif. Terdapaat variabel penelitian yang sama juga yaitu variabel keputusan. Namun terdapat perbedaan yakni pada teknik analisis, penelitian oleh janet paruntu menggunakan teknis analisis faktor sedangkan peneliti menggunakan teknik analisis regresi. Selain itu tempat penelitian juga berbeda.

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Teungku Mahesa Khalid (2021). Institut Agama Islam Taffaquh Fiddin Dumai yang berjudul *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Penghuni Rumah Kos 33 Jati Padang Pasar Minggu Jakarta)"*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan hasilnya menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penghuni rumah kos 33 jati padang pasar minggu, Jakarta Selatan. Sementara itu, lokasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan penghuni rumah kos tersebut. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan metode kuantitatif. Objek penelitian juga sama-sama tentang kos. Namun, terdapat perbedaan pada variabel independent yang diteliti. Teungku mahesa khalid hanya meneliti tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Sedangkan penelitian ini mencakup empat variabel yaitu harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*. Subjek penelitian juga berbeda, dimana teungku mahesa khalid meneliti kepuasan pelanggan pada penghuni rumah kos 33 jati padang pasar minggu, sementara penelitian ini meneliti keputusan mahasiswa purwokerto dalam memilih kos.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Dwi Putra Hendro Arianto (2020) dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang berjudul *"Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae"*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel

kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopisae. Penelitian yang dilakukan Dwi Putra H. A dan peneliti sama- sama menggunakan metode kuantitatif. Namun, variabel independen yang diteliti oleh Dwi terdapat lima variabel yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi dan *store atmosphere*. Sementara itu, variabel independen peneliti hanya trtdiri dari empat variabel yaitu harga, kualitas pelayanan, lokasi dan *atmosphere*. Objek penelitian juga berbeda dimana Dwi meneliti tentang kopisae sedangkan peneliti meneliti mengenai kos. Kemudian subjek penelitian juga memiliki perbedaan dimana Dwi meneliti terkait keputusan pembelian tetapi peneliti mengenai keputusan mahasiswa.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Andi Imma Citra Lestari (2019). Universitas Muhammadiyah Makassar berjudul *"Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Switching Intention Rumah Kost (Rumah Kost Kuning di Perumahan Bumi Permata Hijau Kecamatan Rappocini Kota Makassar)".* Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dalam metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap switching intention dengan nilai T hitung 4.230 lebih dari T tabel 1,99773 dan tingkat signifikansi 0,00 < 0,05. Persamaan antara penelitian andi dan peneliti terletak pada penggunaan metode yang sama, yaitu metode kuantitatif. Kemudian objek yang diteliti juga sama mengenai kos. Kemudian untuk perbedaan terletak pada variabel independent dimana andi hanya menggunakan 2 variabel yakni variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan peneliti menggunakan 4 variabel independent yaitu harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*. Subjek yang diteliti juga berbeda, dimana andi meneliti *switching intention* rumah kos sedangkan peneliti mengenai keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Untuk lebih jelasnya, berikut peneliti lampirkan dalam bentuk tabel :

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka

No	Judul dan Nama Peneliti	Hasil dari Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Matahari Department Store Supermall Karawaci Tangerang". *Jurnal karya Asep Sulaeman,dkk* (Sulaeman et al., 2022).	Variabel harga dan kualitas produk secara bersamaan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan	Terdapat variabel penelitian yang sama yaitu : variabel harga. Metode analisis yang diterapkan adalah analisis regresi	Subjek dan objek penelitian berbeda Tempat penelitian berbeda.
2.	"Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Indekos dengan Analisis Faktor". *Jurnal karya Janet Paruntu, dkk* (Paruntu et al., 2021).	Faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih indekos adalah lokasi dan harga.	Variabel yang diteliti sama yaitu mengenai variabel keputusan mahasiswa. Objek yang diteliti sama	Tempat penelitian berbeda. Menggunakan analisis faktor
3.	"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Penghuni Rumah Kos. 33 Jati Padang Pasar Minggu Jakarta)". *Jurnal karya Teungku Mahesa Khalid* (Khalid, 2021).	Kualitas pelayanan dan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara lokasi berdampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Terdapat variabel penelitian yang sama yaitu : kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Objek penelitian sama Menggunakan analisis regresi.	Subjek penelitian berbeda. Tempat penelitian berbeda.
4.	"Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae".	Terdapat dampak positif dari kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan *store*	Variabel yang diteliti sama yaitu : Variabel, harga, kualitas pelayanan,	Subjek dan objek penelitian berbeda.

	Jurnal karya Dwi Putra Hendro Arianto (Arianto, 2020).	*atmosphere* terhadap keputusan pembelian.	lokasi, *atmosphere* dan keputusan. Analisis yang digunakan yaitu regresi liniear	Tempat penelitian berbeda
5.	"Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Switching Intention* Rumah Kost (Rumah Kos Kuning di Perumahan Bumi Permata Hijau Kecamatan Rappocini Kota Makassar)". *Skripsi oleh Andi Imma Citra Lestari* (Lestari, 2019).	Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Kemudian kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *switching intention*.	Terdapat variabel yang sama yaitu variabel kualitas layanan. Objek penelitian sama Menggunakan analisis regresi.	Subjek penelitian berbeda Tempat penelitian berbeda.

B. Kajian Teori

1. Teori Perilaku Konsumen

Menurut Engel, perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Simanjuntak, 2018).

Ada 3 tahapan dalam konsumsi jasa yang disebut Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa (Simanjuntak, 2018), yaitu :

a. Tahap Prapembelian, dimana tahap ini diawali dengan kesadaran konsumen akan kebutuhannya terhadap suatu jasa. Setelah kesadaran akan kebutuhan, konsumen akan termotivasi untuk melakukan pencarian informasi mengenai solusi untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhannya. Saat pencarian informasi, konsumen

akan menemukan alternatif-alternatif yang akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.

b. Tahap Penyampaian Jasa. Setelah mengambil keputusan pembelian, konsumen berada pada tahap penyampaian jasa yang merupakan suatu tahap dimana konsumen berinteraksi secara langsung dengan penyedia jasa. Penyampaian jasa biasanya meliputi komunikasi langsung dengan penyedia jasa yang telah dipilih. Misalnya, konsumen melakukan pemesanan kamr kos.

c. Tahap Pascapenyampaian Jasa. Tahap ini merupakan tahap terakhir dari proses konsumsi jasa. Dalam tahap ini, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap layanan/jasa dan menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa depan.

2. Harga

a. Definisi Harga

Harga yaitu jumlah yang disepakati oleh penjual dan pembeli sebagai nilai yang akan ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis yang umum. Harga berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Ketika konsumen memilih diantara berbagai merek, mereka cenderung menilai harga dengan membandingkannya dengan standar harga lainnya sebagai acuan untuk transaksi. Selain itu, harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat berdampak signifikan dan dapat memengaruhi keberhasilan suatu kegiatan (Pradana & Hudayah, 2017).

b. Dimensi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, ada beberapa ukuran yang dapat dijadikan indikator harga (Indrasari, 2019):

1. Keterjangkau Harga, konsumen dapat memperoleh harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk atau layanan biasanya

memiliki beberapa variasi dalam merek yang berbeda- beda, dengan rentang harga mulai dari yang paling terjangkau hingga yang paling mahal.

2. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat, konsumen mempertimbangkan nilai manfaat yang mereka dapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Jika mereka merasa manfaat yang diperoleh suatu produk atau layanan tidak sepadan dengan biaya yang dibayar, mereka akan menganggap produk atau jasa tersebut terlalu mahal dan mungkin ragu untuk melakukan pembelian ulang.
3. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Pelayanan, konsumen sering menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Konsumen cenderung memilih harga yang lebih tinggi dengan keyakinan bahwa hal itu mencerminkan kualitas yang lebih baik. Dengan kata lain, harga yang lebih tinggi biasanya diasumsikan sebagai tanda bahwa kualitasnya juga lebih baik.
4. Harga Yang Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga, konsumen biasanya sering melakukan perbandingan harga suatu produk atau jasa. Apakah suatu produk atau layanan sesuai dengan anggaran atau memiliki harga yang bersaing, maka sangat memengaruhi keputusan konsumen.

3. Kualitas Layanan

a. Definisi Kualitas Layanan

Kualitas Pelayanan dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu pelayanan yang bagus dan pelayanan yang kurang bagus. Ini bukan sesuatu yang tetap atau kaku, melainkan dapat berubah dan fleksibel. Perubahan ini biasanya berarti meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih baik. Menurut pendapat Tjiptono, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, bersamaan dengan kesesuaian dalam cara penyampaian layanan tersebut, dengan tujuan

untuk mencapai harapan dan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas layanan mencakup pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memenuhi representasi layanan untuk sejajar dengan harapan pelanggan. (Indrasari, 2019).

b. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono, terdapat lima dimensi atau faktor utama untuk menilai dan menentukan suatu kualitas pelayanan (Indrasari, 2019). Kelima dimensi tersebut, meliputi :

1. Bukti Fisik (*Tangible*), hal ini mencakup fasilitas fisik, peralatan, personel, dan sarana komunikasi yang digunakan, yang menunjukan bukti nyata dari kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), adalah kesediaan staff untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tanggap.
3. Keandalan (*Reability*), yaitu menunjukkan kemampuan staff dalam memberikan layanan sesuai dengan janji, cepat, tepat dan memuaskan.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap sopan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh staff, serta kebebasan dari risiko atau keraguan pelanggan.
5. Empati (*Emphaty*), adalah kemampuan untuk membangun hubungan dengan mudah, berkomunikasi yang efektif, memberikan perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan masing-masing pelanggan.

4. Lokasi

a. Definisi Lokasi

Lokasi merupakan elemen kunci dari bauran pemasaran yang memiliki peran utama dalam distribusi barang atau jasa dari proden ke konsumen, sehingga seringkali berperan dalam pembentukan strategi bisnis perusahaan. Dalam upaya

memaksimalkan manfaat lokasi bagi perusahaan, lokasi strategis menjadi fokus utama (Amilia, 2019).

b. Dimensi Lokasi

Menurut Tjiptono, indikator lokasi dapat diidentifikasikan sebagai berikut (Aprileny et al., 2021) :

1. Aksesibilitas : mencakup lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau dengan sarana transportasi.
2. Visibilitas : berkaitan dengan kemampuan untuk melihat lokasi atau tempat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Tempat parkir : meliputi adanys ketersediaan area parkir yang luas, nyaman, dan aman.
4. Lingkungan sekitar : mencakup aspek-aspek yang mendukung produk atau jasa yang ditawarkan, seperti adanya pesaing yang berdekatan.
5. Persaingan (lokasi pesaing) : ketika memilih lokasi, perlu mempertimbangkan apakah ada pesaing lain di lokasi atau daerah yang sama.

5. *Atmosphere*

a. Definisi *Atmosphere*

Suasana kos merupakan salah satu aspek penting yang dimiliki oleh setiap rumah kos dalam menarik minat konsumen. Setiap kos memiliki desain fisik yang berbeda beda untuk menjamin kenyamanan penghuninya (Farikha, 2023). Selain itu, penampilan kos memengaruhi *atmosphere* yang sesuai dengan pasar sasarannya sehingga dapat merangsang minat pengguna kos untuk menyewa tempat tersebut.

b. Dimensi *Atmosphere*

Komponen – komponen Store Atmosphere dapat diterapkan baik di hotel maupun di tempat kos karena keduanya merupakan bisnis ritel yang menyediakan produk atau jasa kepada pelanggan.

Berman dan Evan mengemukakan bahwa komponen atmosphere terdapat 4 bagian (Juwita, 2013). Yaitu :

1. *Exterior,* Pada bagian elemen ini memiliki pengaruh terhadap kos. Dimana bagian luar seperti tampilan jendela, papan kos, gerbang hingga tampilan bangunan kos mampu menarik hati pelanggan terutama mahasiswa yang berminat menjadi calon pengguna kos tersebut.
2. *General Interior,* Pentingnya pengaturan *interior* secara umum terletak pada fakta bahwa keputusan seringkali dibuat berdasarkan posisi interior kos. Pada bagian ini meliputi : warna, aroma, kebersihan lantai, fasilitas serta kondisi kamar.
3. Kos *Layout, Layout* mengacu pada cara ruang dalam kos disusun. Dalam suatu kos ruang harus ditempatkan dengan baik, seperti kamar tidur, kamar mandi, dapur dan tempat parkir. Tanpa alokasi yang tepat maka pengusaha maupun pengguna tidak akan megetahui ruang yang akan digunakan untuk kebutuhan lainnya.
4. *Interior Display,* Tampilan di setiap POP (*point of purchase*) berperan meningkatkan *atmosphere* kos, dan memberikan informasi kepada pembeli. *Display* tersebut mencakup dekorasi ruang serta penataan rak yang berfungsi untuk meletakkan barang- barang penghuni kos, seperti : seperti sepatu , helm dan lain-lain.

6. Keputusan Mahasiswa

a. Definisi Keputusan

Keputusan mahasiswa ialah tindakan yang diambil oleh mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (Kos) untuk memenuhi kebutuhan mereka. Proses ini melibatkan pemilihan antara berbagai opsi kos yang ada dan diakhiri dengan pemilihan yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka (Kurniawan, 2015). Pilihan konsumen dapat dijadikan dasar untuk merancang

strategi pemasaran yang efektif. Pengembangan strategi dilakukan setelah perusahaan memahami karakteristik pelanggannya (Warsito, 2020).

b. Dimensi Keputusan

Berikut indikator keputusan(Amilia, 2019) Yaitu :

1. Kesesuaian Kemampuan Finansial, mahasiswa akan memilih kos berdasarkan sejauh mana situasi finansial mereka. Semakin baik kemampuan finansial seseorang dalam memenuhi kebutuhan mereka, semakin besar pula kecenderungannya untu memilih tempat kos yang baik.
2. Terjangkau atau Tidaknya Lokasi, kos yang mudah diakses akan menarik minat mahasiswa. Keterjangkauan Lokasi kos secara bersamaan dengan adanya berbagai fasilitas akan memberikan kenyamanan.
3. Kesesuaian dengan Keinginan, mahasiswa cenderung memilih kos berdasarkan preferensi mereka yang dianggap dapat memberikan keuntungan. Namun, jika mahasiswa menginginkan fasilitas yang lebih baik, mereka harus mampu membayar sewa yang lebih tinggi sesuai fasilitas yang diingnkan.
4. Kenyamanan sebagai Tempat Tinggal, mahasiswa memilih kos yang memberikan kenyamanan dan keamanan. Hal ini menjadi penting, terutama jika mahasiswa yang memilih kos adalah seorang perempuan maka orang tua lebih tenang jika mahasiswa tersebut memilih kos putri (kos Syariah). Namun jika kenyamanan tidak terpenuhi, mahasiswa cenderung akan berpindah-pindah.

C. Landasan Teologis

1. Harga Prespektif Islam

Harga adalah besaran uang yang harus dikeluarkan saat memutuskan untuk membeli produk atau jasa ditentukan oleh kualitasnya, tingkat keterjangkauan serta perbandingan dengan produk atau jasa lainnya. Menurut pandangan islam, dalam menetapkan suatu harga tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan, karena tindakan tersebut dapat dikatakan riba (Wijayanti, 2022). Sesuai dengan surah An-Nisa ayat 29 dalam Al-Qur'an berbunyi sebagai berikut :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

2. Kualitas Layanan Prespektif Islam

Sebagaimana firman Allah S.W.T pada Q.S Al – Baqarah ayat 267, berbunyi :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu infakkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah, Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji."

Ayat tersebut menekankan pentingnya islam dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, berkualitas baik, dan tidak menyediakan yang buruk. Pelayanan yang memuaskan tidak hanya sebatas

memberikan atau melayani, melainkan juga mencakup pemahaman, pengertian dan empati (Wahyudi & Armadani, 2023).

3. Lokasi Prespektif Islam

Menentukan lokasi menjadi aspek yang sangat penting dan harus dipertimbangkan secara cermat dengan memperhatikan berbagai sumber daya seperti bahan baku, transportasi, tenaga kerja, dampak lingkungan, pasokan listrik dan lain sebagainya. Memilih lokasi berarti meminimalkan sebanyak mungkin faktor negatif, dan memaksimalkan sebanyak mungkin faktor positif (Subakti, 2023). Sebagaimana firman Allah S.W.T dalam Q.S An- Nisa ayat 85 berbunyi :

مَنْ يَّشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَّكُنْ لَّهٗ نَصِيْبٌ مِّنْهَاۚ وَمَنْ يَّشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَّكُنْ لَّهٗ كِفْلٌ مِّنْهَاۗ وَكَانَ اللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيْتًا ﴿٨٥﴾

Artinya : "Barang siapa yang memberikan pertolongan yang baik (syafa'at), niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) darinya. Dan barang siapa memberikan syafa'at buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) darinya. Allah Mahakuasa atas segala sesuatu".

4. *Atmosphere* Prespektif Islam

Suatu kos yang menghadirkan lingkungan yang nyaman, menarik, dan memiliki keindahan visual akan semakin menarik bagi pengguna kos. Istilah "*atmosphere"* diartikan sebagai pengaturan terencana untuk memberikan keindahan, kenyamanan dan menambah nilai pada suatu tempat usaha (Feriyanto, 2022). Hal tersebut sesuai dengan hadis riwayat Muslim, yakni :

إِنَّ اللهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya : "Sesengguhnya Allah itu Maha Indah dan mencintai keindahan (HR. Muslim).

5. Keputusan dalam Prespektif Islam

Dalam islam, setiap pemimpin yang beriman selalu mencari firman-firman Allah S.W.T dalam mengambil keputusan. Berikut firman Allah S.W.T pada Al-Qur'an surah Asy-Syura ayat 38 :

وَالَّذِيْنَ اسْتَجَابُوْا لِرَبِّهِمْ وَاَقَامُوا الصَّلٰوةَ ۖ وَاَمْرُهُمْ شُوْرٰى بَيْنَهُمْ ۖ وَمِمَّا رَزَقْنٰهُمْ يُنْفِقُوْنَ ۚ ﴿٣٨﴾

Artinya : "Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan tuhannya dan mendirikan salat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang kami berikan kepada mereka."

Dari firman Allah S.W.T diatas, mengajarkan bahwa setiap permasalahan dalam kehidupan manusia seharusnya diatasi melalui musyawarah. Hal ini esensial karena tindakan atau aktivitas yang diputuskan melalui musyawarah merupakan keputusan bersama, yang pada akhirnya akan membawa kemaslahatan bagi seluruh masyarakat yang terlibat dalam musyawarah tersebut (Fahrudin, 2021).

Dalam perspektif ekonomi islam, pengambilan keputusan tidak hanya melibatkan pertimbangan praktis, tetapi juga harus didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan.

a. Prinsip Keadilan (Al-'adl)

Prinsip ini menekankan bahwa semua keputusan harus memperhatikan hak dan kewajiban kedua pihak secara adil. Dalam konteks ekonomi islam, keadilan berarti keputusan yang diambil harus memperhitungkan kepentingan semua pihak yang terlibat baik dalam hal harga, keuntungan maupun risiko. Pengambilan keputusan yang adil mencegah praktik yang merugikan salah satu pihak seperti penipuan, riba atau eksploitasi (mardani, 2015).

b. Prinsip Keseimbangan (Al-tawazun)

Keseimbangan dalam islam berarti menjaga harmoni antara kebutuhan duniawi dan spiritual, serta memastikan bahwa kepentingan individu dan masyarakat terjaga. Prinsip ini menekankan keseimbangan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengambilan keputusan ekonomi. Dalam konteks ekonomi islam, keputusan yang diambil harus mempertimbangkan antara manfaat yang diperoleh dan risiko yang diambil. Keseimbangan juga harus tercermin dalam pengaturan waktu, biaya, dan upaya yang dikeluarkan (Rosyadi, A., & Saifudin, 2020).

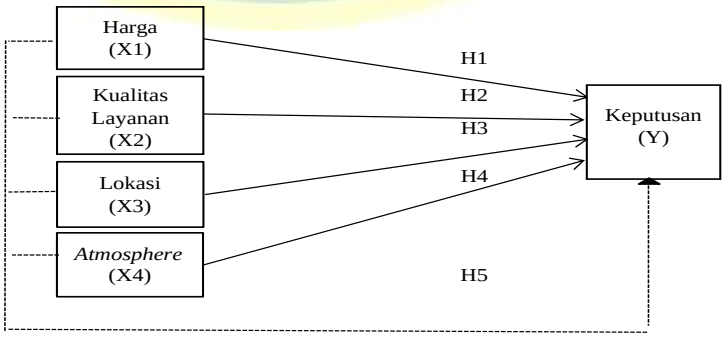
c. Prinsip Kemaslahatan (Al-maslahah)

Kemaslahatan berarti segala keputusan yang diambil harus berorientasi pada kebaikan dan kesejahteraan bersama. Prinsip ini menegaskan bahwa setiap tindakan ekonomi harus membawa manfaat yang besar dan menghindari kemudharatan. Pengambilan keputusan yang berlandaskan kemaslahatan berarti mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap semua pihak yang terlibat (Syafi, 2019).

D. Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), Lokasi (X3) dan Atmosphere (X4). Berikut ini adalah gambar kerangka berpikir :

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Keterangan :

⟶ **:** Menunjukkan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen

------▶ : Menunjukkan pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen

E. Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi mengenai sesuatu berdasarkan teori atau pengalaman dan untuk membuktikan asumsi tersebut maka perlu adanya pengujian (Nursalam, 2020). Berikut beberapa hipotesis yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos

Harga merupakan salah aspek dalam bauran pemasaran. Persepsi harga mencakup biaya yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi produk dan layanan (Sulasih, 2017). Pada riset yang dilakukan oleh Asep Sulaeman, menunjukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga dan keputusan. Pada penelitian tersebut harga secara parsial memengaruhi keputusan pembelian, dengan nilai T hitung sebesar 11,840 dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Kemudian kualitas produk juga memiliki dampak positif secara parsial dengan hasil T hitung sebesar 10,326 dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Kemudian harga dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil F hitung sebesar 76,96 dan tingkat signifikansi 0,000. Dalam konteks ini, hasil penelitian menyatakan bahwa keputusan pembelian cenderung meningkat seiring dengan penawaran harga yang lebih baik kepada konsumen (Sulaeman et al., 2022).

Kemudian pada penelitian Paruntu menunjukan bahwa variabel harga adalah faktor paling dominan dalam keputusan mahasiswa memilih indekos, dengan nilai eigen sebesar 1.246%. (Paruntu et al., 2021), Selain itu, diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Arianto menyimpulkan bahwa, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.

Para responden dari cafe kopisae meyakini bahwa harga merupakan faktor utama dalam pengambilan keputusan, dengan harapan mendapatkan barang yang diinginkan dengan biaya terjangkau (Arianto, 2020). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos

Dari perspektif pemasaran, kualitas adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Keberhasilan pemasar sering kali diukur dari kemampuan mereka memahami preferensi konsumen (Shofwa, 2015).

Sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Arianto, dengan hasil pengujian di cafe kopisae menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Arianto, 2020). Didukung oleh penelitian Rachman dan Dermawan, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, jika kualitas layanan yang disediakan semakin baik, maka hal ini dapat memengaruhi peningkatan keputusan untuk menyewa (Rachman & Dermawan, 2023). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos

Penetapan lokasi yang optimal dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi sebuah usaha, baik dari aspek finansial maupun non-finansial. Lokasi yang tepat dapat menghasilkan layanan yang aman dan memuaskan bagi pelanggan, serta mempermudah akses terhadap fasilitas

umum termasuk transportasi yang telah mendukung dalam waktu yang telah diperhitungkan (Subakti, 2023).

Berdasarkan riset yang dilakukan Arianto, hasil pengujian di cafe kopisae menunjukkan bahwa lokasi berdampak positif dan signifikan pada keputusan. Pemilihan lokasi yang dekat dengan pemukiman menjadi kunci untuk meningkatkan kunjungan konsumen ke cafe kopisae (Arianto, 2020). Selaras dengan penelitian Ferrydhotin Jannah, memiliki hasil bahwa variabel lokasi berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin strategis lokasi kos, semakin besar kemungkinan dipilih oleh mahasiswa (Jannah, 2018). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

4. Pengaruh *Atmosphere* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos

Atmosphere merupakan strategi pemasaran yang dibuat untuk menciptakan rasa nyaman dan aman, memberikan kesan perubahan konsumen yang awalnya sekedar berkunjung melihat kos menjadi tertarik untuk memilih kos tersebut. Oleh karena itu, suasana menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan dalam memilih tempat kos. Semakin nyaman suatu tempat, maka semakin banyak minat mahasiswa dalam memilih tempat tersebut (Riskiyah, 2020).

Menurut penelitian Arianto, dalam pengujian di cafe kopisae, ditemukan bahwa suasana berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan. ini disebabkan oleh pengaturan dan desain ruangan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, menciptakan daya tarik bagi mereka. Kenyamanan dan suasana menyenangkan di dalam toko dapat memotivasi konsumen untuk berbelanja, karena *atmosphere* yang memberikan kenyamanan dapat merangsang pembelian (Arianto, 2020). Selain itu

didukung oleh Yeni suryaningsih hasil uji parsial (uji t) dengan nilai signifikansi variabel *Atmosphere* 0,015 < 0,05 dan t hitung lebih dari t tabel sehingga, *atmosphere* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos (Suryaningsih, 2021). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Terdapat pengaruh *atmosphere* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

5. Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan *Atmosphere* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kos

Harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat berdampak signifikan dan dapat memengaruhi keberhasilan suatu kegiatan (Pradana & Hudayah, 2017). Penetapan harga sering mengalami perubahan karena pada hakikatnya hukum permintaan mengatakan bahwa jika harga barang atau jasa naik, maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan menurun. Sebaliknya, jika harga barang atau jasa turun, permintaan akan meningkat (Thoharudin et al., 2022). Sehingga jika suatu harga sewa kos tinggi, maka mahasiswa yang mengambil keputusan memilih kos akan berkurang. Tetapi jika harga sewa kos rendah, maka mahasiswa yang mengambil keputusan memilih kos akan bertambah.

Di sisi lain, memastikan kualitas layanan tempat tinggal seperti kos, tidak hanya tergantung pada fasilitas yang disediakan, tetapi juga pada kemampuan mempertahankan citra dan persepsi yang positif dari kos tersebut (N. K. Dewi et al., 2014). Kemudian lokasi juga unsur penting untuk menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menjalankan berbagai aktivitas (Dwi, 2023). Selain itu *atmosphere* kos merupakan salah satu aspek penting yang dimiliki oleh setiap rumah kos dalam menarik minat konsumen. Setiap kos memiliki desain fisik yang berbeda beda untuk menjamin kenyamanan penghuninya (Farikha, 2023)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Arianto, dengan judul penelitian "Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae" menyatakan bahwa kelima variabel tersebut memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan (Arianto, 2020). Dengan merujuk pada penjelasan ilmiah dan bukti empiris berlandaskan hasil penelitian sebelumnya, peneliti mengajukam hipotesis sebagai berikut :

H5 : Terdapat pengaruh harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini merupakan metode yang didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian serta menganalisis data secara statistik kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2022). Selain itu pada metode kuantitatif deskriptif ini juga bertujuan untuk menjelaskan situasi yang akan diteliti dalam melakukan penilaian persepsi responden.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

   Tempat Penelitian ini berlokasi di kota Purwokerto. Alasan peneliti mengambil lokasi purwokerto sebagai objek penelitian, dikarenakan beberapa hal antara lain :

   a. Terdapat 3 perguruan tinggi yang berada di kota Purwokerto dengan mahasiswa terbanyak yaitu Universitas Jenderal Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
   b. Terdapat banyak mahasiswa merantau dimana erat kaitannya dengan kos.

2. Waktu Penelitian

   Penelitian ini akan dilakukan dari bulan Januari 2024 hingga November 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

   Populasi adalah konsep generalisasi yang mencakup individua atau objek yang dengan kualitas dan karakteristik khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan studi dan analisis lebih lanjut (M.

& S. D. Fauzi, 2020). Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa di purwokerto yang mencakup 3 perguruan tinggi terbesar di purwokerto yaitu UNSOED, UMP dan UIN SAIZU.

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi

Nama Perguruan Tinggi	**Mahasiswa**
Universitas Jenderal Soedirman	18.537
Universitas Muhammadiyah Purwokerto	14.341
UIN Saizu	13.753
Jumlah	**46.631**

Sumber : (BPS, 2023), *data diolah*

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi dan memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*, dimana teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun sampel pada penelitian ini mahasiswa yang memilih kos sebagai tempat tinggal di purwokerto, dengan kriteria responden sebagai berikut :

a. Mahasiswa aktif perguruan tinggi : UNSOED, UMP dan UIN SAIZU PURWOKERTO.
b. Berjenis kelamin perempuan
c. Tinggal di kos atau pernah memilih kos

Untuk menghitung jumlah sampel, ukuran populasi pada penelitian ini sebanyak 46.631 mahasiswa, kemudian rumus yang digunakan yaitu rumus slovin maka :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

keterangan :

n = jumlah sampel
N = ukuran populasi
e = presentasi toleransi ketidaktelitian

Sumber *:* (Riyanto, 2020)

Maka :

$$n = \frac{46.631}{1+(46.631)(0.1)^2} = 99{,}7860$$ maka dibulatkan menjadi 100

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil oleh peneliti minimal 100 mahasiswa dengan menggunakan *probability sampling* sebagai metode pengambilan sampelnya. Jenis *probability sampling* yang digunakan yaitu *proportionate stratified random sampling*. Berikut rumus untuk mengetahui jumlah sampel dari masing-masing perguruan tinggi :

UNSOED $= \frac{Jumlah\ mahasiswa}{Jumlah\ populasi}$ x *Jumlah sampel*

$= \frac{18.537}{46.631}$x 100

= 39,75

= 40

UMP $= \frac{Jumlah\ mahasiswa}{Jumlah\ populasi}$ x *Jumlah sampel*

$= \frac{14.341}{46.631}$x 100

= 30,75

= 31

UIN $= \frac{Jumlah\ mahasiswa}{Jumlah\ populasi}$ x *Jumlah sampel*

$= \frac{13.753}{46.631}$x 100

= 29,49

= 29

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Pada dasarnya, variabel penelitian adalah objek atau elemen apapun yang ditentuksn oleh peneliti untuk dipelajari dan dipahami dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dan ditarik sebuah kesimpulan (Paramita, 2021).

a. Variabel Independen atau Bebas (X)

Untuk variabel bebas terdiri dari 4 variabel, yaitu : variabel harga sebagai X1, variabel kualitas layanan sebagai X2, dan variabel lokasi sebagai variabel X3 dan variabel *atmosphere* sebagai variabel X4.

b. Variabel dependen atau Terikat (Y)

Pada penelitian ini variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa sebagai variabel Y.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3. 2 Indikator Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Penelitian
1.	Harga (X1)	Menurut Kotler, harga merupakan nilai atau jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan dalam kaitannya dengan nilai yang diperoleh konsumen sebagai imbalan atau suatu manfat.	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Manfaat 3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan 4. Harga yang sesuai Kemampuan atau Daya saing Harga (Kotler dikutip Indrasari, 2019)
2.	Kualitas Layanan (X2)	Menurut Tjiptono, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, disertai dengan cara penyampaian yang tepat sehingga dapat mencapai harapan dan kepuasan pelanggan.	1. Bukti Fisik 2. Daya Tanggap 3. Keandalan 4. Jaminan 5. Empati (Tjiptono dikutip Indrasari, 2019)

3.	Lokasi (X3)	Lokasi adalah area yang digunakan untuk melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk menampilkan produk atau jasa. Dengan demikian konsumen akan lebih mudah dalam memilih, bertransaksi atau berbelanja.	1. Aksesibilitas 2. Visibilitas 3. Tempat Parkir 4. Lingkungan Sekitar 5. Lokasi Pesaing (Aprileny et al., 2021)
4.	*Atmosphere* (X4)	*Atmosphere* merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah dirancang. *atmosphere* dapat diartikan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menciptakan efek emosional tertentu, yang dapat mendorong konsumen untuk memilih atau melakukan pembelian.	1. *Exterior* 2. *General Interior* 3. *Kos Layout* 4. *Interior Display* (Juwita, 2013)
5.	Keputusan Mahasiswa (Y)	Keputusan mahasiswa adalah tindakan yang diambil oleh mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (Kos) untuk memenuhi kebutuhan mereka dan diakhiri dengan proses seleksi terhadap berbagai alternatif tempat kos yang ada.	1. Kesesuaian Kemampuan Finansial 2. Terjangkau atau Tidaknya Lokasi 3. Kesesuaian dengan Keinginan 4. Kenyamanan Sebagai Tempat Tinggal (Amilia, 2019)

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang dikirimkan lewat pos arau diserahkan secara langsung guna diisi (Fauzy, 2019). Peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada mahasiswa di purwokerto yang merupakan responden pada penelitian ini dengan kriteria tertentu sebagai sampel.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur jawaban setiap item instrumen yaitu Sangat setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1) (Sugiyono, 2022).

2. Observasi

Observasi adalah pengambilan data dengan cara mengamati atau melihat secara langsung peristiwanya (Fauzy, 2019). Peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan data dari mahasiswa di purwokerto.

F. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari sumber pertama (Fauzy, 2019). Pada penelitian ini yaitu hasil dari survei kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang berasal dari studi kepustakaan atau dari lembaga negara/pemerintahan atau swasta yang mempunyai otoritas mengumpulkan dan atau mengolah data (Fauzy, 2019). Pada penelitian ini diperoleh dari mahasiswa di purwokerto, buku, artikel, jurnal ataupun skrispi terdahulu.

G. Teknik Analisis Data Penelitian

Untuk menganalisis data yang diperoleh, maka peneliti akan menganalisis data dengan melakukan uji statistic. Adapun uji statistic tersebut yaitu :

1. Uji Persyaratan Analisis
   a. Uji Validitas

Menurut Arikunto, uji validitas ini merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Pengujian penelitian ini menggunakan metode *Pearson Correlation.* Jika korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan dengan total skor

memiliki taraf signifikansi 0,05 maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid (M. P. Dewi, 2021).

b. Uji Reliabilitas

Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten. Pada penelitian ini rumus yang digunakan untuk menguji reliablilitas kuesioner adalah rumus *Alpha cronbach's* (M. P. Dewi, 2021), dengan dasar keputusan sebagai berikut :

1) Jika koefisien alpha < 0,60 maka butir pertanyaan tidak reliabel.
2) Jika koefisien alpha ≥ 0,60 maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat (Riyanto, 2020). Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan jika nilai sig ≥ 0,05 maka data berdistribusi normal, jika nilai sig < 0,05 maka data tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas terjadi ketika terdapat korelasi yang tingi antar satu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan antar variabel independen (variabel bebas) dalam model regresi. Model regresi yang ideal tidak seharusnya menunjukkan korelasi diantara variabel independen. Jika nilai toleransi ≥ 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel independen dalam regresi (Riyanto, 2020).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Riyanto, 2020). Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Adapun dasar pengambilan keputusan, yaitu :

1) Apabila nilai sig < 0,05 maka dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas.
2) Apabila nilai sig ≥ 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Liniear Berganda

Analisis data dilakukan menggunakan alat bantu SPSS dengan teknik regresi linier berganda. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen (harga, kualitas layanan, lokasi, dan *atmosphere*) terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa). Berikut persamaan analisis regresi liniear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Mahasiswa
a = Konstanta
$b_{1..}b_4$ = Koefisien Regresi
X_1 = Harga
X_2 = Kualitas Layanan
X_3 = Lokasi
X_4 = *Atmosphere*
e = Standar Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sahir, 2022). Berikut ini rumusan hipotesis pada penelitian ini :

- Ho_1: harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

  Ha_1 : harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
- Ho_2 : kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

  Ha_2 : kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
- Ho_3 : lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

  Ha_3 : lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
- Ho_4 : *atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

  Ha_4 : *atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

Adapun kriteria dasar pengambil keputusan yaitu :

1) Jika signifikansi ≤ 0,05, maka Ha diterima, yang artinya secara parsial ada pengaruh signifikan.
2) Jika signifikansi > 0,05, maka Ha ditolak, yang artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasikan pengaruh variabel independent secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Pembuktian ini dengan metode membandingkan

angka F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan df (n-k-1) dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel (Sahir, 2022). Berikut ini rumusan hipotesis dalam penelitian ini :

- Ho_5 : variabel independen (harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa)
- Ha_5 : variabel independen (harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa)

Adapun dasar pengambilan keputusan, yaitu :

1) Jika nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi ≤ 0,05 maka Ha_5 diterima yang artinya variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
2) Jika nilai F hitung ≤ F tabel dan nilai signifikansi > 0,05 maka Ha_5 ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan modifikasi pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk variabel independen lebih dari satu maka digunakanlah *Adjusted R Square*. Nilai *Adjusted R Square* berkisar antara 0 hingga 1 (Indri, 2022). Nilai koefisien determinas (*Adjusted R Square*) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas (Riyanto, 2020).

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mahasiswa di Purwokerto

1. Universitas Jenderal Soedirman

a. Sejarah

Sesuai dengan amanat yang tertuang dalam pembukaan UUD 1945 dan dorongan masyarakat Banyumas akan kebutuhan perguruan tinggi, pemimpin formal dan informal Banyumas berinisiatif mendirikan universitas di daerah tersebut. Sebagai tindak lanjut, didirikanlah Yayasan Pembina Universitas Jenderal Soedirman melalui Akte Notaris No.32 pada 20 September 1961. Atas desakan masyarakat, instansi dinas, TNI, yayasan ini berusaha mewujudkan pendirian universitas. Dengan Surat Keputusan Presiden RI No.195 tertanggal 23 September 1963, Universitas Jenderal Soedirman secara resmi didirikan dan diresmikan oleh Menteri PTIP Prof. Dr. Tojib Hadiwidjaja bertempat di rumah Dinas Residen Banyumas.

Pada awalnya UNSOED memiliki 3 fakultas yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Biologi, dan Fakultas Ekonomi. Seiring perkembangannya, dibuka fakultas tambahan yaitu Fakultas Peternakan (1966), Fakultas Hukum (1982), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (1993), serta Program Pascasarjana (1994). Pada 2007, Fakultas Kedokteran dan Ilmu-Ilmu Kesehatan serta Fakultas Sains dan Teknik resmi berdiri.

Pada 2014, terjadi reorganisasi dimana Fakultas Kedokteran dan Ilmu-Ilmu Kesehatan dibagi menjadi Fakultas Kedokteran dan Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan. Fakultas sains dan Teknik juga berkembang menjadi Fakultas Teknik, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam serta Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Pada tahun yang sama, Fakultas Ilmu Budaya pun dibuka,

setelah sebelumnya berada di bawah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Kini, UNSOED menegaskan komitmennya sebagai perguruan tinggi yang diakui di tingkat global sebagai pusat pengembangan sumber daya pedesaan dan kearifan lokal. UNSOED terus membangun kemitraan strategis dengan sesama perguruan tinggi, kalangan pebisnis, masyarakat dan pemerintah pusat atau daerah untuk bersama-sama mengembangkan potensi yang ada dalam rangka meningkatkan peran dan aktualisasinya. Sehingga manfaatnya dapat dirasakan bagi bangsa, negara, dan nilai-nilai kemanusiaan.

b. Visi dan Misi

1) Visi

UNSOED dalam pengembangannya akan mewujudkan visi yang telah dirumuskan untuk diwujudkan pada tahun 2034 yaitu "Diakui dunia sebagai pusat pengembangan sumberdaya pedesaan dan kearifan lokal".

2) Misi

a) Menyelenggarakan pembelajaran berkualitas tinggi untuk menghasilkan lulusan yang berkarakter, berkualitas, dan berdaya saing tinggi.
b) Mengembangkan penelitian dan inovasi unggul untuk pengembangan ilmu dan peningkatan daya saing bangsa.
c) Mengembangkan program pemberdayaan masyarakat dan transfer teknologi berkualitas tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
d) Meningkatkan kualitas kerjasama dengan mitra untuk meningkatkan kemandirian dan partisipasi institusi pada pengembangan masyarakat.
e) Mengembangkan tatapamomg universitas yang baik.

2. Universitas Muhammadiyah Purwokerto

a. Sejarah

Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) merupakan alih bentuk dari Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Purwokerto yang didirikan pada 5 April 1965. Institut ini merupakan cabang IKIP Muhammadiyah Surakarta dan awalnya memiliki dua fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pendidikan Umum. Pada tahun 1968, IKIP Muhammadiiyah Surakarta Cabang Purwokerto memisahkan diri dan bertranformasi menjadi IKIP Muhammadiyah Purwokerto, dan Drs. H. Djarwoto Aminoto sebagai rektor pertamanya.

Pada tahun ajaran 1974/1975, IKIP Muhammadiyah Purwokerto membuka fakultas baru yaitu Fakultas Keguruan Ilmu Sosial dengan Jurusan Pendidikan Geografi. Proses pemindahan seluruh kegiatan dan perkantoran IKIP Muhammadiyah ke Dukuhwaluh berlangsung secara bertahap dan selesai pada 1 Oktober 1986. Kemudian, pada tahun akademik 1987/1988, dibuka Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dengan dua jurusan yaitu Pendidikan Matematika dan Pendidikan Biologi.

Pada tahun 1995 melalui Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan No.345/DIKTI/KEP/1995 tanggal 25 Juli 1995, status IKIP Muhammadiyah Purwokerto diubah menjadi Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Pada tahun 1997, Fakultas Tarbiah Universitas Muhammadiyah diperkuat dengan SK Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam No.E/326/1999 tanggal 14 Oktober 1999. Selanjutnya, pada 8 April 1998, Fakultas Psikologi dibuka dengan Program Studi Psikologi untuk jenjang S1 melalui

SK Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 113/DIKTI/KEP/1998.

Selanjutnya, pada tahun akademik 2000/2001 Universitas Muhammadiyah Purwokerto, bedasarkan Surat Keputusan Dirjen DIKTI No. 226/DIKTI/KEP/2000 tanggal 13 Juli 2000 membuka beberapa fakultas baru yaitu Fakultas Sastra, Fakultas Hukum, dan Fakultas Farmasi serta mengembangkan Fakultas Perikanan menjadi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, dan membuka jurusan Teknik Elektro pada Fakultas Teknik.

b. Visi dan Misi

1) Visi

Visi UMP adalah "Menjadi Universitas Unggul, Modern, dan Islami pada tahun 2031".

a) Unggul, universitas memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif di bidang (pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan manajemen).
b) Modern, universitas selalu terdepan dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan melakukan pemutakhiran sesuai dengan kebutuhan zaman.
c) Islami, penyelenggaraan universitas berlandaskan prinsip dan nilai Al-Quran dan As-Sunnah.

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat secara profesional serta menjalankan manajemen universitas sesuai dengan prinsip *good university governance*.
b) Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni sesuai dengan tuntutan zaman.
c) Mengaktualisasikan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam dalam penyelenggaraan universitas.

3. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

a. Sejarah

Sejarah awal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto bermula dari pengembangan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan IAIN Walisongo semarang yang berkedudukan di purwokerto. Usaha tersebut dilanjutkan dengan pendirian fakultas-fakultas agama, yang pada akhirnya dapat diintegrasikan ke dalam Institut Agama Islam Negeri Yogyakarta, memberikan kesempatan lebih bagi lulusan SP IAIN khususnya, dan SLTA pada umumnya untuk melanjutkan pendidikan. Setelah hampir 2 tahun beroperasi, Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto mendapatkan dukungan untuk dinegerikan. Dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 68 Tahun 1964 pada 9 September 1964 Fakultas tersebut kemudian menginduk kepada IAIN Al-Djami'ah Al-Hukumiyah Yogyakarta yang berubah namanya menjadi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Serah terima penegerian dan penggabungan Fakultas Tarbiyah Purwokerto dengan IAIN Sunan Kaijaga dilaksanakan pada tanggal 3 November 1964, dan sejak saat itu Fakultas tersebut resmi menjadi Fakultas tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto. Selanjutnya, berdasarkan beberapa keputusan menteri yang mempertimbangkan efisiensi pelatihan, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Purwokerto dialihkan ke IAIN Walisongo Semarang pada 13 Desember 1994. Sejak saat itu Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Purwokerto berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto.

Setelah itu, Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Purwokerto berubah menjadi IAIN Purwokerto sesuai dengan Keputusan Presiden Republik Nomor 11 Tahun 1997 pada tanggal 21 Maret 1997, yang memberikan status mandiri untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pedidikan. Seiring alih status menjadi IAIN,

terjadi penambahan 10 program S1 dan 6 program studi jenjang pascasarjana S2 berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 547 Tahun 2015.

IAIN Purwokerto mengelola 21 prodi S-1, 6 prodi S-2, dan 1 program Doktor Studi Islam Interdisipliner. Pada tahun 2021, status IAIN Purwokerto berubah menjadi Universitas melalui Peraturan Presiden Nomor 41 tahun 2021, sehingga saat ini menjadi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

b. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi Universitas Islam yang unggul, progresif dan integratif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni di Asia Tenggara tahun 2040.

2) Misi

a) Mengembangkan pendidikan, vokasi akademik, dan profesi yang berkualitas dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.

b) Menyelenggarakan penelitian yang inovatif dan integratif berdasarkan nilai keislaman, lokalitas, dan keindonesiaan.

c) Melakukan transformasi masyarakat sesuai dengan nilai keislaman, lokalitas, keindonesiaan dan perkembangan global; menggali dan menerapkan nilai kearifan lokal untuk mewujudkan masyarakat berkeadaban.

d) Membangun kerja sama yang produktif dan kolaboratif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.

e) Mewujudkan tata kelola kelembagaan secara profesional berstandar nasional dan internasional.

B. Karakteristik Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner penelitian kepada mahasiswa di purwokerto sebanyak 100 responden secara online dalam bentuk *google*

form yang dilakukan pada tanggal 19 September 2024 sampai 29 Oktober 2024, maka dapat diambil data mengenai karakteristik responden sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Usia

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	17-20 tahun	44	44%
2.	21-23 tahun	56	56%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2024, lampiran 2.

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berusia 17-20 tahun sebanyak 44 responden atau 44%. Sedangkan jumlah responden berusia 21-23 tahun sebanyak 56 responden atau 56%. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, usia mahasiswa umumnya selaku responden memiliki usia 21-23 tahun.

2. Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Perguruan Tinggi

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Perguruan Tinggi

No.	Perguruan Tinggi	Jumlah	Presentase
1.	UNSOED	40	40%
2.	UMP	31	31%
3.	UIN SAIZU	29	29%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2024. lampiran 2.

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden UNSOED yaitu sebanyak 40 responden atau 40%. Kemudian jumlah responden UMP yaitu sebanyak 31 responden atau 31%. Sedangkan jumlah responden UIN SAIZU sebanyak 29 responden atau 29%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa UNSOED dibandingkan dengan mahasiswa UMP atau UIN SAIZU.

3. Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

No.	Pendapatan Orang Tua	Jumlah	Presentase
1.	<Rp 1.000.000	34	34%
2.	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.0000	51	51%
3.	>Rp 3.000.000	15	15%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2024, lampiran 2.

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah pendapatan orang tua <Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 34 responden atau 34%. Kemudian jumlah pendapatan orang tua >Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 51 responden atau 51%. Sedangkan jumlah pendapatan orang tua >Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 15 responden atau 15%. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, pendapatan orang tua responden umumnya yaitu >Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000.

4. Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Biaya Kos

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Biaya Kos

No.	Biaya Kos Perbulan	Jumlah	Presentase
1.	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	59	59%
2.	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	36	36%
3.	>Rp 700.000	5	5%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2024, lampiran 2.

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa jumlah biaya kos per bulan <Rp. 300.000 s/d Rp. 500.000 yaitu sebanyak 59 responden atau 59%. Kemudian jumlah biaya kos perbulan >Rp. 500.000 s/d Rp. 700.000 yaitu sebanyak 36 responden atau 36%. Sedangkan jumlah biaya kos perbulan >Rp. 700.000 yaitu sebanyak 5 responden atau 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, biaya kos perbulan <Rp. 300.000 s/d Rp. 500.000 lebih mendominasi dibandingkan biaya kos perbulan lainnya.

5. Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Frekuensi Keputusan Memilih Kos

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Frekuensi Keputusan Memilih Kos

No.	Frekuensi Keputusan Memilih Kos	Jumlah	Presentase
1.	1 kali	21	21%
2.	2 kali	17	17%
3.	3 kali	28	28%
4.	> 3 kali	34	34%
Total		**100**	**100%**

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2024, lampiran 2.

Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa jumlah frekuensi keputusan memilih kos 1 kali yaitu sebanyak 21 responden atau 21%. Kemudian jumlah frekuensi keputusan memilih kos 2 kali yaitu sebanyak 17 responden atau 17%. Selain itu jumlah frekuensi keputusan memilih kos 3 kali yaitu sebanyak 28 responden atau 28%. Sedangkan jumlah frekuensi keputusan memilih kos > 3 kali yaitu sebanyak 34 responden atau 34%. Maka dapat disimpulkan bahwa frekuensi keputusan memilih kos didominasi oleh responden pada > 3 kali, sehingga dalam penelitian ini, mahasiswa yang pernah memilih kos didominasi melakukan keputusan lebih dari 3 kali.

C. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto, uji validitas ini merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Pengujian penelitian ini menggunakan metode *Pearson Correlation.* Jika korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan dengan total skor memiliki taraf signifikansi 0,05 maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid (M. P. Dewi, 2021).

Untuk menguji validitas, dasar pengambilan keputusan yaitu didasarkan pada perbandingan koefisien korelasi r hitung dengan r tabel. Dimana untuk rumus *degree of freedom* (df) = n-2, sehingga untuk uji

validitas dengan 100 responden maka 100-2 = 98 dan diperoleh r tabel 0,1966

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,718	0,1966	Valid
	X1.2	0,724	0,1966	Valid
	X1.3	0,863	0,1966	Valid
	X1.4	0,766	0,1966	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,529	0,1966	Valid
	X2.2	0,754	0,1966	Valid
	X2.3	0,701	0,1966	Valid
	X2.4	0,624	0,1966	Valid
	X2.5	0,817	0,1966	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,643	0,1966	Valid
	X3.2	0,645	0,1966	Valid
	X3.3	0,667	0,1966	Valid
	X3.4	0,776	0,1966	Valid
	X3.5	0,665	0,1966	Valid
Atmosphere	X4.1	0,600	0,1966	Valid
	X4.2	0,679	0,1966	Valid
	X4.3	0,708	0,1966	Valid
	X4.4	0,713	0,1966	Va;id
Keputusan (Y)	Y.1	0,694	0,1966	Valid
	Y.2	0,722	0,1966	Valid
	Y.3	0,672	0,1966	Valid
	Y.4	0,736	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 4.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, hasil perhitungan uji validitas pada variabel harga, kualitas layanan, lokasi, *atmosphere*, dan keputusan dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga, masing-masing item pertanyaan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten. Pada penelitian ini rumus yang digunakan untuk menguji reliablilitas kuesioner adalah

rumus *Alpha cronbach's* (M. P. Dewi, 2021), dengan dasar keputusan sebagai berikut :

1) Jika koefisien alpha < 0,60 maka butir pertanyaan tidak reliabel.
2) Jika koefisien alpha ≥ 0,60 maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Nilai Batas	Keterangan
Harga	0,77	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan	0,72	0,60	Reliabel
Lokasi	0,70	0,60	Reliabel
Atmosphere	0,60	0,60	Reliabel
Keputusan	0,66	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 5.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, hasil perhitungan uji reliabilitas pada masing-masing variabel memiliki nilai cronbach's alpha ≥ 0,60. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas layanan, lokasi, atmosphere dan keputusan dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat (Riyanto, 2020). Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan jika nilai sig ≥ 0,05 maka data berdistribusi normal, jika nilai sig < 0,05 maka data tidak normal.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39396142
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.055
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 6.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, hasil uji normalitas diatas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp*. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 dimana nilai tersebut ≥ 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan antar variabel independen (variabel bebas) dalam model regresi. Model regresi yang ideal tidak seharusnya menunjukkan korelasi diantara variabel independen. Jika nilai toleransi ≥ 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel independen dalam regresi (Riyanto, 2020).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.064	2.026		-.032	.975		
	Harga	.146	.068	.168	2.160	.033	.959	1.043
	Kualitas_L	.233	.068	.284	3.446	.001	.854	1.171
	Lokasi	.189	.065	.236	2.896	.005	.876	1.142
	Atmosphere	.322	.087	.315	3.713	.000	.806	1.241
a. Dependent Variable: Keputusan								

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* masing-masing memiliki nilai < 10. Selain itu, nilai tolerance dari keempat variabel tersebut ≥ 0,10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Riyanto, 2020). Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Adapun dasar pengambilan keputusan, yaitu :

1) Apabila nilai sig < 0,05 maka dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas.
2) Apabila nilai sig ≥ 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.789	.748		1.054	.294
	Harga	-.018	.025	-.076	-.734	.465
	Kualitas_L	.022	.025	.098	.888	.377
	Lokasi	-.011	.024	-.051	-.464	.644
	Atmosphere	-.004	.032	-.014	-.120	.904
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 6.

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* masing-masing memiliki nilai ≥ 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dilakukan menggunakan alat bantu SPSS dengan teknik regresi linier berganda. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen (harga, kualitas layanan, lokasi, dan *atmosphere*) terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa). Berikut persamaan analisis regresi liniear berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Mahasiswa

a = Konstanta

$b_{1..}b_4$ = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Layanan

X_3 = Lokasi

X_4 = *Atmosphere*

e = Standar Error

Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.064	2.026		-.032	.975		
	Harga	.146	.068	.168	2.160	.033	.959	1.043
	Kualitas_L	.233	.068	.284	3.446	.001	.854	1.171
	Lokasi	.189	.065	.236	2.896	.005	.876	1.142
	Atmospher e	.322	.087	.315	3.713	.000	.806	1.241
a. Dependent Variable: Keputusan								

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 7.

Berdasarkan tabel 4.11, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0{,}064 + 0{,}146X_1 + 0{,}233X_2 + 0{,}189X_3 + 0{,}322X_4 + e$$

Dari persamaan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

a. Nilai konstanta (a) pada persamaan regresi penelitian ini sebesar -0.064 satuan yang berarti jika harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan mahasiswa sebesar -0,064 satuan.
b. b_1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,146 dan bernilai positif. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel harga (X1) akan meningkatkan keputusan mahasiswa (Y) sebesar 0,146 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
c. b_2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,233 dan bernilai positif. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel harga (X2) akan meningkatkan keputusan mahasiswa (Y) sebesar 0,233 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
d. b_3 (nilai koefisien regresi X3) sebesar 0,189 dan bernilai positif. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel harga (X3) akan meningkatkan keputusan mahasiswa (Y) sebessar 0,189 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
e. b_4 (nilai koefisien regresi X4) sebesar 0,322 dan bernilai positif. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan stau satuan variabel harga (X4)

akan meningkatkan keputusan mahasiswa (Y) sebesar 0,322 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sahir, 2022). Berikut ini rumusan hipotesis pada penelitian ini :

- Ho_1: harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
  Ha_1 : harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
- Ho_2 : kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
  Ha_2 : kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
- Ho_3 : lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
  Ha_3 : lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
- Ho_4 : *atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos
  Ha_4 : *atmosphere* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

Adapun kriteria dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

1) Jika signifikansi ≤ 0,05, maka Ha diterima, yang artinya secara parsial ada pengaruh signifikan.
2) Jika signifikansi > 0,05, maka Ha ditolak, yang artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan.

Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai t tabel, df = (n-k) sehingga = (100-5) = 95 dan diperoleh t tabel sebesar 1,661

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.064	2.026		-.03 2	.975
	Harga	.146	.068	.168	2.160	.033
	Kualitas_L	.233	.068	.284	3.446	.001
	Lokasi	.189	.065	.236	2.896	.005
	Atmosphere	.322	.087	.315	3.713	.000
a. Dependent Variable: Keputusan						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 8.

Berdasarkan tabel 4.12, hasil uji t diperoleh sebagai berikut :

a. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 2,160 > 1,661. Dan memiliki nilai signifikansi 0,033 ≤ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) **diterima**, yang artinya harga (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih kos.
b. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 3,446 > 1,661. Dan memiliki nilai signifikansi 0,001 ≤ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H2) **diterima**, yang artinya kualitas layanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih kos.
c. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 2,896 > 1,661. Dan memiliki nilai signifikansi 0,005 ≤ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) **diterima,** yang artinya lokasi (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih kos.
d. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel *Atmosphere* memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 3,713 >

1,661. Dan memiliki nilai signifikansi 0,000 ≤ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H4) **diterima**, yang artinya atmosphere (X4) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih kos.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasikan pengaruh variabel independent secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Pembuktian ini dengan metode membandingkan angka f hitung dengan f tabel pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan df (n-k-1) dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel (Sahir, 2022). Berikut ini rumusan hipotesis pada penelitian ini :

- Ho_5 : variabel independen (harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa)
- Ha_5 : variabel independen (harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere*) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan mahasiswa)

Adapun dasar pengambilan keputusan, yaitu :

1) Jika nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi ≤ 0,05 maka Ha_5 diterima yang artinya variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
2) Jika nilai F hitung ≤ F tabel dan nilai signifikansi > 0,05 maka Ha_5 ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai f tabel yaitu :

df1 = k-1 = 5-1 = 4

df2 = n-k = 100-5 = 95

Sehingga (4 ; 95) dan diperoleh f tabel sebesar 2,467

Tabel 4. 13 Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.220	4	39.055	19.287	.000[b]
	Residual	192.370	95	2.025		
	Total	348.590	99			
a. Dependent Variable: Keputusan						
b. Predictors: (Constant), Atmosphere, Harga, Lokasi, Kualitas_L						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 8.

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pengujian, terdapat nilai F hitung sebesar 19,287, yang melebihi nilai F tabel yang ditetapkan sebesar 2,467. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,000 juga lebih rendah dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) **dapat diterima**, yang artinya bahwa Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Atmosphere, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menggambarkan modifikasi pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk variabel independen lebih dari satu maka digunakanlah Adjusted R Square. Nilai Adjusted R Square berkisar antara 0 hingga 1 (Indri, 2022). Nilai koefisien determinas (*Adjusted R Square*) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas (Riyanto, 2020).

Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669[a]	.448	.425	1.42301

a. Predictors: (Constant), Atmosphere, Harga, Lokasi, Kualitas_L
b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 24, lampiran 8.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Squere mencapai 0,425. Ini menunjukkan bahwa 42,5% dari variasi dalam keputusan dapat dijelaskan oleh harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini. Sedangkan sekitar 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor faktor lain yang tidak diikutsertakan pada penelitan ini seperti keamanan,kelompok referensi, gaya hidup dan lain-lain .

G. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana harga, kualitas layanan, lokasi, dan *atmosphere* berdampak pada keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

1. Pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 2,160 > 1,661. Dan tingkat signifikansi 0,033 ≤ 0,05. Artinya, secara parsial harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih kos.

   Dari hasil uji t tersebut dapat dikatakan bahwa variabel harga merupakan faktor keempat dari keempat variabel independen yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam keputusan memilih kos. Artinya mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih kos tidak hanya dipengaruhi oleh harga saja tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kualitas layanan, lokasi, dan *atmosphere*.

   Harga perspektif islam ini sesuai dengan surah An-Nisa ayat 29, menurut pandangan islam dalam menetapkan suatu harga tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan, karena tindakan tersebut dapat dikatakan riba (Wijayanti, 2022). Dalam konteks ekonomi, Q.S

An-nisa ayat 29 mengandung prinsip-prinsip penting yang relevan dalam penentuan harga khususnya dalam menjaga keadilan dalam transaksi ekonomi. Implikasi ayat tersebut pada kos yaitu : penetapan harga kos harus mencerminkan nilai kos yang sebenarnya (tidak boleh mengandung unsur kebatilan), harga kos tidak boleh ditentukan secara sepihak tanpa kesepakatan antara kedua pihak (harus didasari suka sama suka), pemilik kos harus jujur dan tidak menaikkan harga secara berlebihan, kemudian islam mendorong stabilitas harga yang wajar melalui regulasi yang adil dan mekanisme pasar yang transparan.

Terbuktinya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh pemilik kos akan mempengaruhi keputusan mahasiswa. Dalam konteks ini, keputusan dalam memilih kos cenderung meningkat seiring dengan penawaran harga yang diberikan kepada mahasiswa purwokerto. Hal itu didasarkan pada harga yang murah dan lebih terjangkau, biaya kos yang dapat dilakukan secara bulanan, kesesuaian harga dengan kualitas serta harga yang ditawarkan pemilik kos bersaing dengan yang lain.

Mahasiswa akan selalu mencari harga kos yang murah dan lebih terjangkau namun tetap berkualitas menurut mereka masing-masing. Dari penelitian ini, ditemukan data bahwa harga kos yang ideal bagi mahasiswa yaitu mayoritas mahasiswa memilih harga kos pada kisaran Rp 300.000 s/d Rp 500.000 per bulan dengan presentase 59%. Namun harga ini juga tergantung pada latar belakang pendapatan orang tua mahasiswa, dimana rata-rata pendapatan orang tua pada penelitian ini ada pada kisaran Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000.

Pada penelitian ini, mayoritas mahasiswa di purwokerto memilih kos dengan pembayaran biaya kos yang dapat dilakukan secara bulanan sehingga tidak memberatkan mahasiswa sebagai penyewa. Dalam konteks ekonomi islam, hal tersebut sejalan dengan prinsip kemaslahatan yaitu mendorong pengambilan keputusan yang membawa manfaat optimal. Selain itu keputusan mahasiswa yang memilih kos

dengan harga terjangkau sesuai anggaran namun tetap memenuhi kebutuhan dasar, ini mencerminkan prinsip keseimbangan. Mayoritas mahasiswa di purwokerto juga memilih kos karena harga kos bersaing dengan yang lain, hal itu memungkinkan pemilik kos juga harus menetapkan harga yang wajar dan tidak memberatkan mahasiswa sehingga menekankan pada prinsip keadilan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paruntu, menunjukan bahwa variabel harga adalah faktor paling dominan dalam keputusan mahasiswa memilih indekos, dengan nilai eigen sebesar 1.246%. (Paruntu et al., 2021). Selain itu pada penelitian Abd. Rahman Sampuju, variabel harga memiliki dampak signifikan pada keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang dipatok oleh pemilik tempat kos akan memengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih kos (Sampuju, 2018).

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 3,446 > 1,661. Dan tingkat signifikansi 0,001 ≤ 0,05. Artinya, secara parsial kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa (Y) dalam memilih kos.

Dari hasil uji t tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan merupakan faktor kedua dari keempat variabel independen yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam keputusan memilih kos. Artinya mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih kos tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan saja tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti harga, lokasi, dan *atmosphere*.

Kualitas layanan perspektif islam ini sesuai dengan surah Al-Baqarah ayat 267, Ayat tersebut menekankan pentingnya islam dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, berkualitas baik, dan tidak menyediakan yang buruk. Pelayanan yang memuaskan tidak hanya

sebatas memberikan atau melayani, melainkan juga mencakup pemahaman, pengertian dan empati (Wahyudi & Armadani, 2023). Implikasi ayat tersebut pada kos yaitu pemilik kos harus menyediakan layanan yang memadai, penyediaan layanan buruk atau tidak memadai bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi islam karena dianggap sebagai ketidakadilan terhadap mahasiswa (penyewa). Kemudian pemilik kos memberikan informasi yang jelas dan jujur tentang layanan yang akan diterima.

Terbuktinya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu pertimbangan mahasiswa dalam pengambilan keputusan memilih kos. Hal itu didasarkan apabila mahasiswa merasa puas dengan bukti fisik (fasilitas yang tersedia seperti kasur, meja, kamar mandi dan lain sebagainya), pemilik kos yang cepat menanggapi, pemilik kos yang memiliki keahlian tekhnis yang baik, pemilik kos yang memberikan kepercayaan kepada penghuni kos, serta pemilik kos yang memiliki kepedulian akan penghuni kos maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik kos maka semakin meningkat keputusan mahasiswa purwokerto dalam memilih kos.

Pada penelitian ini, mayoritas mahasiswa merasa puas dengan fasilitas kos yang mereka pilih atau tempati seperti kamar mandi, kasur, meja, dan lain-lain. Hal tersebut mencerminkan bahwa rata-rata kos yang ditempati oleh mahasiswa di purwokerto telah menerapkan prinsip keadilan yang ada dalam perspektif ekonomi islam, dimana pemilik kos memberikan layanan yang setara dengan harga yang tersedia. Kos yang dipilih oleh mahasiswa di purwokerto, memiliki pemilik yang cepat merespon dan memiliki keahlian tekhnis yang baik sehingga jika terjadi kerusakan fasilitas akan cepat ditangani. Hal itu mencerminkan prinsip keseimbangan, dimana terjadi hubungan baik antara penghuni kos

(melakukan pengaduan layanan) dan pemilik kos (menanggapi keluhan penyewa).

Kemudian mayoritas mahasiswa merasa puas dengan kepedulian pemilik kos akan keinginan penghuni contohnya dengan menyediakan dapur umum dapat memudahkan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Hal tersebut mencerminkan prinsip kemaslahatan, dimana tempat yang dipilih oleh mahasiswa memberikan manfaat. Namun rata-rata pemilik kos yang dipilih oleh mahasiswa memberi kepercayaan kepada penghuni kos seperti penitipan kunci kos pada salah satu mahasiswa (tidak diawasi langsung oleh pemilik kos) sehingga kurangnya keamanan dalam kos tersebut dapat berdampak terhadap hal-hal yang tidak diinginkan (seperti membawa teman lawan jenis ke kos).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pada penelitian Rachman dan Dermawan, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, jika kualitas layanan yang disediakan semakin baik, maka hal ini dapat mempengaruhi peningkatan keputusan untuk menyewa (Rachman & Dermawan, 2023).

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 2,896 > 1,661. Dan tingkat signifikansi 0,005 ≤ 0,05. Artinya, secara parsial lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

Dari hasil uji t tersebut dapat dikatakan bahwa variabel lokasi merupakan faktor ketiga dari keempat variabel independen yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam keputusan memilih kos. Artinya mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih kos tidak hanya dipengaruhi oleh lokasi saja tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti harga, kualitas layanan, dan *atmosphere*.

Lokasi perspektif islam ini sebagaimana firman Allah S.W.T dalam Q.S An-nisa ayat 85, dalam memilih lokasi berarti meminimalkan

sebanyak mungkin faktor negatif, dan memaksimalkan sebanyak mungkin faktor positif (Subakti, 2023). Implikasi ayat tersebut pada kos yaitu pemilik kos harus jujur dan transparan dalam memberikan informasi terkait lokasi kos, mahasiswa yang mencari kos harus memilih lokasi yang memberikan manfaat dan mendukung aktivitas akademik. Memilih kos yang aman dan strategis adalah bagian dari upaya menjaga keselamatan.

Terbuktinya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa, lokasi memang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam pengambilan keputusan memilih kos. Hal itu didasarkan pada lokasi kos dekat dengan akses yang dibutuhkan (jalan raya, warung makan, laundry, dll), lokasi kos dekat dengan kampus, memiliki tempat parkir, lingkungan kos bersih, serta dapat menghemat biaya transportasi. Dalam konteks ini, semakin strategis lokasi kos, maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa purwokerto dalam memilih kos.

Pada penelitian ini, mayoritas mahasiswa dalam memilih kos mempertimbangkan lokasi kos dekat kampus, dekat dengan akses atau fasilitas umum seperti jalan raya, warung, laundry dan lain-lain. Hal tersebut didasarkan pada prinsip ekonomi islam yaitu keadilan, dimana dapat dianggap adil karena memudahkan mahasiswa dalam menjalankan aktivitas akademik maupun sosial. Selain itu mahasiswa memilih lokasi kos yang berada di dekat kampus dapat menghemat biaya transportasi, sehingga dana yang dikeluarkan akan diseimbangkan dengan kebutuhan lainnya. Pemilihan lokasi tersebut mencerminkan prinsip keseimbangan. Kemudian lingkungan kos yang bersih juga menjadi pertimbangan mahasiswa karena lokasi kos yang memiliki lingkungan bersih akan membuat kenyamanan penghuni kos, oleh sebab itu mahasiswa yang memilih kos dengan lingkungan kos yang bersih didasari dengan prinsip kemaslahatan yaitu untuk memeperoleh kenyamanan.

Hasil penelitian ini selaras dengan Pada penelitian Ferrydhotin Jannah, memiliki hasil bahwa variabel lokasi berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin strategis lokasi kos, semakin besar kemungkinan dipilih oleh mahasiswa (Jannah, 2018).

4. Pengaruh *atmosphere* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 3,713 > 1,661. Dan tingkat signifikansi 0,000 ≤ 0,05. Artinya, secara parsial atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

Dari hasil uji t tersebut dapat dikatakan bahwa variabel *atmosphere* merupakan faktor dominan dari keempat variabel independen yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam keputusan memilih kos. Artinya variabel *atmosphere* adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos dibandingkan dengan faktor lainnya.

Atmosphere perspektif lslam ini sebagaimana hadis Riwayat muslim, yakni *"Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan Mencintai Keindahan*". Suatu kos yang menghadirkan lingkungan yang nyaman, menarik, dan memiliki keindahan visual akan semakin menarik bagi pengguna kos. Istilah "*atmosphere"* diartikan sebagai pengaturan terencana untuk memberikan keindahan, kenyamanan dan menambah nilai pada suatu tempat usaha (Feriyanto, 2022).

Terbuktinya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa *atmosphere* kos yang ada dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa. Hal itu didasarkan pada tampilan luar kos yang menarik, kondisi kos nyaman (harum dan bersih), penempatan fasilitas yang tepat (dapur, tempat parkir, kamar mandi), serta kos yang memiliki teras dapat memudahkan (menaruh sepatu, helm, dan sebagainya). Dalam konteks ini, semakin

baik *atmosphere* yang tercipta pada kos tersebut maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa purwokerto dalam memilih kos.

Pada penelitian ini, rata-rata pemilik kos telah memperlakukan mahasiswa (penghuni kos) dengan adil pada penempatan fasilitas yang sudah tepat seperti dapur, tempat parkir, kamar mandi sehingga menciptakan suasana kos yang kondusif. Dalam konteks ekonomi islam, hal tersebut mencerminkan prinsip keadilan karena *atmosphere* kos yang kondusif tersebut menunjukkan bahwa pemilik kos memberikan kesempatan yang setara bagi seluruh penghuni kos. Kemudian mahasiswa yang nyaman dengan kondisi kos yang ada, akan menciptakan *atmosphere* kos yang memiliki ketenangan sehingga dapat mendukung proses belajar, beribadah dan memiliki kesehatan mental. Hal tersebut sejalan dengan prinsip keseimbangan akan perkembangan akademis, spiritual dan sosial. Selain itu kos yang memiliki teras memudahkan penghuni kos, kondisi tersebut sesuai dengan prinsip kemaslahatan karena *atmosphere* kos tersebut dapat menekankan pada kesejahteraan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Yeni suryaningsih hasil uji parsial (uji t) dengan nilai signifikansi variabel *Atmosphere* 0,015 < 0,05 dan t hitung lebih dari t tabel sehingga, *atmosphere* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jasa sewa kamar kos(Suryaningsih, 2021).

5. Pengaruh harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos

Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai F hitung sebesar 19,287, yang melebihi nilai F tabel yang ditetapkan sebesar 2,467. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,000 juga lebih rendah dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Artinya, secara simultan harga, kualitas layanan, lokasi dan atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos.

Keputusan mahasiswa ialah tindakan yang diambil oleh mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara (Kos) untuk memenuhi kebutuhan mereka. Proses ini melibatkan pemilihan antara berbagai opsi kos yang ada dan diakhiri dengan pemilihan yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka(Kurniawan, 2015). Dalam perspektif islam sebagaimana firman Allah S.W.T pada surah Asy-Syura ayat 38, ayat tersebut mengajarkan bahwa setiap permasalahan dalam kehidupan manusia seharusnya diatasi melalui musyawarah. Hal ini esensial karena tindakan atau aktivitas yang diputuskan melalui musyawarah merupakan keputusan bersama, yang pada akhirnya akan membawa kemaslahatan bagi seluruh masyarakat yang terlibat dalam musyawarah tersebut (Fahrudin, 2021).

Terbuktinya hipotesis tersebut menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas layanan (X2), lokasi (X3), dan *atmosphere* (X4) merupakan faktor- faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam memilih kos karena berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa (Y). Hal tersebut didasarkan pada harga yang ditawarkan oleh pemilik kos akan mempengaruhi keputusan mahasiswa. Kualitas layanan yang baik juga mampu mempengaruhi peningkatan keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Kemudian lokasi yang semakin strategis akan mempengaruhi keputusan mahasiswa. Sementara itu, semakin baik *atmosphere* yang tercipta maka akan terjadi peningkatan keputusan mahasiswa.

Dalam penelitian ini, keputusan mahasiswa memilih kos dengan harga sesuai dengan kemampuan finansial merupakan tindakan yang didasarkan pada prinsip keadilan. Kemudian kualitas layanan yang sesuai dan lokasi yang mudah dijangkau dapat dianggap mencerminkan prinsip keseimbangan. Selain itu *atmosphere* kos yang memberi kenyamanan dan kesejahteraan selaras dengan prinsip kemaslahatan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arianto, dengan judul penelitian “Pengaruh Produk,

Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae" menyatakan bahwa kelima variabel tersebut memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan (Arianto, 2020).

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pemaparan mengenai pengaruh harga, kualitas layanan, lokasi dan atmosphere yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih kos pada mahasiswa di purwokerto. Dalam ekonomi islam, harga yang ditetapkan didasarkan pada prinsip keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan. Dalam hal ini mahasiswa memilih kos yang memberikan manfaat sesuai dengan harga yang telah disediakan. Sementara pemilik kos menetapkan harga yang adil dan seimbang dengan layanan yang diberikan.
2. Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih kos pada mahasiswa di purwokerto. Dalam ekonomi islam, kualitas layanan yang adil dan seimbang akan menciptakan kepuasan bagi kedua belah pihak dan mendatangkan keberkahan dalam transaksi.
3. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih kos pada mahasiswa di purwokerto. Dalam islam, pemilihan lokasi yang strategis akan memberikan maslahah atau manfaat bagi mahasiswa. Adanya lokasi yang mudah diakses dan bermanfaat tidak hanya memenuhi kebutuhan mahasiswa tetapi berkontribusi positif dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip ekonomi islam.
4. *Atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikam terhadap keputusan dalam memilih kos pada mahasiswa di purwokerto. Dalam perspektif islam, *atmosphere* memiliki peran penting pada pengambilan keputusan yang didasarkan dengan prinsip-prinsip islam. Dalam memilih kos mahasiswa memilih

suasana atau *atmosphere* yang nyaman, tenang, dan mendukung kegiatan akademik. Pemilik kos yang menciptakan atmosphere yang nyaman tidak hanya memberikan manfaat bagi mahasiswa, tetapi juga memberikan konstribusi terhadap kesejahteraan.

5. Harga, kualitas layanan, lokas dan *atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih kos pada mahasiswa di purwokerto. Dalam perspektif islam, pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih kos sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam dalam mempertimbangkan harga, kualitas layanan, lokasi dan *atmosphere* didasarkan pada prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pemilik kos atau pengusaha, penelitian ini mampu menjadi acuan bagi para pemilik kos agar mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih kos. Sehingga kedepannya, masyarakat atau pengusaha yang akan mendirikan sewa kos mampu menentukan strategi agar peluang usaha yang didirikan banyak diminati dan disukai oleh kalangan mahasiswa namun tetap memperhatikan prinsip-prinsip islam.
2. Bagi mahasiswa, ialah individu yang menilai layak atau tidaknya kos yang akan mereka tempati. Sebagai pihak yang membuat keputusan sebaiknya mahasiswa melakukan pertimbangan secara mendalam dengan menggabungkan berbagai aspek keinginan secara optimal.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis dan disarankan menambah variabel seperti keamanan, kelompok referensi, gaya hidup atau variabel lainnya yang belum diteliti serta jumlah sampel yang lebih banyak agar lebih akurat. Selain itu perlu dikaji lebih mendalam terkait perspektif islam.

DAFTAR PUSTAKA

Amilia, Suri Dan Iryani. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Sewa Kamar Kost Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *8*(3).

Anugrah, A. (2018). *Kuliah Dengan Biaya Hidup Murah Sambil Ngadem Di Purwokerto*. Detik News. Https://News.Detik.Com/Berita-Jawa-Tengah/D-4105632/Kuliah-Dengan-Biaya-Hidup-Murah-Sambil-Ngadem-Di-Purwokerto

Aprileny, I., Imalia, I., Emarawati, J. A., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2021). *Pengaruh Harga , Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J , Cileungsi Pada Pt . Kentanix Supra Internasional)*. *4*(3), 243–252.

Arianto, D. P. H. (2020). Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae Dwi Putra Hendro Arianto Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *9*(6), 1–23.

Bps, K. B. (2023). *No Title*. Https://Banyumaskab.Bps.Go.Id/Statictable/2023/12/08/517/Perguruan-Tinggi-Jumlah-Mahasiswa-Dan-Tenaga-Pendidik-Dan-Program-Studi-Negeri-Dan-Swasta-Di-Bawah-Kementrian-Pendidikan-Kebudayaan-Riset-Dan-Teknologi-Di-Kabupaten-Banyumas-Semester-Ganjil-2022-2023.Html

Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouthterhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffe Malang. *Jpro*, *2*(2), 26–36.

Dewi, N. K., Dimyati, M., Halim, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., Unej, U. J., & Kalimantan, J. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Switching Intention Pengguna Jasa Rumah Kost Di Wilayah Kecamatan Sumbersari Jember The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Toward Switching Intention Of Service Users The Boardi. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.

Dwi, M. I. & Y. F. (2023). *The Effect Of Price And Location On Boarding Room Rental Decisions (Case Study On Students Who Rent Boarding Rooms In Adam Malik Km . 9)*. *3*(2), 229–240.

Fahrudin, A. (2021). Pengambilan Keputusan Dalam Al- Qur ' An Dan Al -Hadits (Upaya Menentukan Kebijakan Pendidikan Secara Religius). *Dirasah*, *1*(1).

Farikha, F. ;Ellys R. & Y. A. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo)*. *13*(1), 27–32.

Fauzi, M. (2019). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap*

Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak. Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Fauzi, M. & S. D. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, *7*, 110–119.

Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling* (Kedua). Universitas Terbuka.

Feriyanto, W. (2022). Pengaruh Brand Image , Islamic Store Atmosphere Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening. *Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 25–54.

Fitria, Yuyun, Et Al. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Indekos Daerah Sekitar Kampus Uin Raden Intan Lampung. *Business And Enterpreneurship Journal*, *4*(1).

Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Be Kalirejo. *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, *1*.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 4, Issue 1). Unitomo Press.

Indri, Nfz, & P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *2*(2), 236–252.

Jannah, F. (2018). *Analisis Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Indekos (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Juwita, C. D. (2013). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart Ii Manado. *Jurnal Emba*, *1*(3), 844–852.

Khalid, T. M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Penghuni Rumah Kos 33 Jati Padang Pasar Minggu Jakarta Selatan)*. *2*(1), 1–15.

Kurniawan, A. (2015). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Indekos Dengan Harga Sewa Indekos Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *15*(2), 236–244.

Lestari, A. I. C. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Switching Intention Rumah Kost (Rumah Kost Kuning Di Perumahan Bumi Permata Hijau Kecamatan Rappocini Kota Makassar)*. Universitas Muhammadiyah Makassar Jurusan.

Mardani. (2015). Keadilan Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, *7*(1).

Nursalam. (2020). *Statistika Terapan Univariat Dan Multivariat (Teori Dan Aplikasi Dalam Bidang Pendidikan Dan Sosial Sains)*. Alauddin University Press.

Paramita, R. W. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Widya Gama Press.

Paruntu, J., Hatidja, D., & Langi, Y. A. R. (2021). *Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Indekos Dengan Analisis Faktor Decision Students In Choosing Indekos With Factor Analysis*. *21*(2), 119–123.

Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor The Influence Of Price Of Product Quality And Brand Image Of Brand Image On Motor Purchasing Decision*. *14*(1), 16–23.

Rachman, M. U. M., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Toilet Portabel Di Pt Sewatoilet Indonesia. *Msej*, *4*(2), 1995–2001.

Rahayu, W. Puswining & L. H. (2022). Sentri : Jurnal Riset Ilmiah. *Sentri : Jurnal Riset Ilmiah*, *1*(3), 620–631.

Riskiyah, N. ; Dkk. (2020). Store Atmosphere Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Restoran Kapal Jodoh Batu Marmar Pamekasan. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, *8*(2), 54–62.

Riyanto, S. & A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Rosyadi, A., & Saifudin, M. (2020). Prinsip Keseimbangan Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *8*(2).

Sahir, S. Hafni. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia.

Sampuju, A. R. (2018). *Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Memilih Kos (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Iain Palu)*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu.

Setiawan, E. (N.D.). *Arti Kata Indekos-*. Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi)

Online. Https://Kbbi.Web.Id/Indekos

Shofwa, Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada Bsm Cabang Purwokerto*.

Simanjuntak, E. L. J. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Febi*, *7*(1).

Subakti, B. ; L. E. E. E. A. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *08*(01), 3–8.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Cv.

Sulaeman, A., Rahayu, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pamulang, U. (2022). *Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store*.

Sulasih. (2017). A Study Of Price Perception, Packaging, And Service Quality Toward Consumers' Interest In Purchasing Special Product Of Bumiayu, Central Java Sulasih,. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntans*, *5*(1), 38–45.

Sunarsi, D., Barsah, A., Hastono, H., Akbar, I. R., & Pamulang, U. (2020). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Sewa Kost Yang Berdampak Pada Prestasi Belajar Mahasiswa Di Yogyakarta The Influence Of Prices And Facilities Towards Rental Interests That Impact On Student Achievements In Yogyakarta. *Journal Of Education, Humaniora And Social Scienes (Jhess)*, *3*(2), 601–609.

Suryaningsih, Y. (2021). *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Atmosphere (Suasana) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Sewa Kamar Kost Di Kawasan Iain Kudus.* Iain Kudus.

Syafi, M. (2019). Prinsip Maslahah Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *10*(1).

Thoharudin, M., Hindrayani, A., Maret, U. S., Marganingsih, A., Relita, D. T., Pelipa, E. D., Fitria, F., Bina, U., Lubuklinggau, I., Syahrudin, H., Ulfah, M., Asriati, N., Johan, S., Suriyanti, Y., & Mujib, A. (2022). Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi. *Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *7*(1), 186.

Wahyudi, M. A. T., & Armadani, N. (2023). Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris Pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto). *Journal Of Islamic Management*, *3*(1).

Warsito, C. ; Et Al. (2020). Antecedents O F Consumers ' Decision For Halalmart

Shopping : The Moderating Role Of Family Religious Commitment. *Human & Social Sciences Reviews*, *8*(1), 152–164.

Wijayanti, T. & A. E. S. (2022). Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin*, *5*, 32–41.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KOS (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI PURWOKERTO)

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana (S1) di UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Perkenalkan saya Revi Nur Fitriyani (2017201083) berusaha mengumpulkan informasi dan data terkait penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Atmosphere Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Purwokerto)".

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati saya ingin mengajak teman-teman untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini dengan keadaan sebenar-benarnya. Seluruh kerahasiaan data teman-teman akan saya jaga dan hanya untuk kepentingan akademisi dalam penyusunan skripsi.

Atas bantuan dan partisipasinya ,saya ucapkan terimakasih

Hormat Saya,

Revi Nur Fitriyani

A. PERTANYAAN SKRINING

Apakah anda masih aktif kuliah : ☐ Ya ☐ Tidak

Apakah anda salah satu mahasiswa perguruan tinggi :

☐ Universitas Jenderal Soedirman

☐ Universitas Muhammadiyah Purwokerto

☐ Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Instansi :

Pendapatan Orang Tua :

☐ < Rp 1.000.000

☐ > Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000

☐ > Rp 3.000.000

Biaya Kos Perbulan :

☐ Rp 300.000 s/d Rp 500.000

☐ > Rp 500.000 s/d Rp 700.000

☐ > Rp 700.000

Tingkat Penggunaan Kos (berapa kali melakukan keputusan dalam memilih kos) :

☐ 1 kali ☐ 3 kali

☐ 2 kali ☐ > 3 kali

C. PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pernyataan kuesinoer berikut dengan jawaban yang paling tepat dan beri tanda centang ☑ pada kolom yang tersedia. Berikut keterangan kolom jawaban :

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

N : Netral (Skor 3)

TS : Tidak Setuju (Skor 2)

STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

DAFTAR PERTANYAAN

HARGA

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih tempat kos dengan mempertimbangkan harga yang murah dan lebih terjangkau					
2.	Saya memilih kos dengan pembayaran biaya kos dapat dilakukan secara bulanan					
3.	Saya memilih tempat kos tidak hanya mementingkan harga tetapi mementingkan fasilitas					
4.	Saya memilih tempat kos karena harga kos bersaing dengan yang lain					

KUALITAS LAYANAN

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan fasilitas kos yang saya tempati (kamar mandi, kasur, meja dan lain sebagainya).					
2.	Pemilik kos cepat menanggapi kebutuhan penghuni kos					
3.	Saya merasa puas terhadap pemilik kos yang memiliki keahlian tekhnis yang baik.					
4.	Pemilik kos memberikan kepercayaan kepada penghuni kos.					

5.	Saya merasa puas dengan kepedulian pemilik kos akan keinginan penghuni kos					

LOKASI

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mempertimbangkan lokasi kos yang dekat dengan akses yang dibutuhkan (seperti : jalan raya, warung makan, tempat laundry dll.)					
2.	Jarak tempat kos dengan kampus menjadi pertimbangan saya					
3.	Saya memilih tempat kos yang memiliki tempat parkir yang luas					
4.	Lingkungan kos yang bersih menjadi pertimbangan bagi saya					
5.	Saya memilih tempat kos agar dapat menghemat biaya transportasi					

ATMOSPHERE

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Tampilan luar kos (warna bangunan) membuat saya tertarik untuk memilih kos					
2.	Saya merasa nyaman dengan kondisi kos yang ada (harum dan bersih)					
3.	Saya merasa penempatan fasilitas (dapur, tempat parkir, dan kamar mandi) sudah tepat					

4.	Kos yang memiliki teras memudahkan penghuni kos (: menaruh sepatu, helm dan sebagainya)					

KEPUTUSAN MAHASISWA

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih kos sesuai dengan kemampuan finansial					
2.	Saya memilih kos karena mudah dijangkau atau tidaknya lokasi					
3.	Saya memilih tempat kos sesuai keinginan					
4.	Saya berniat untuk tetap ngekos di tempat kos yang sekarang karena merasa nyaman					

Lampiran 2 Data Responden

No	Nama	Usia	Perguruan Tinggi	Pendapatan Orang Tua	Biaya Kos Perbulan	Frekuensi keputusan memilih kos)
1	Ifana	22	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
2	Sheptiana	23	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
3	Sofiana Azizah	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
4	Salsa gf	22	UNSOED	>Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
5	Dwi Zulfani	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
6	Julia	22	UNSOED	>Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
7	Ummu Zakiyatul Fatimah	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
8	Lintang Umi Mahfudoh	21	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali

9	Alfina Kharisma	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
10	Firda Kurnia Wardani	19	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
11	Winda Susilowati	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
12	Asiyatun Nisa	21	UMP	<Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
13	Lulu Ilmanun	20	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
14	Stalsa Febri Herawati	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
15	Wulandari	22	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
16	Mila Banatul Asfia	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
17	Chyin Diana Binarsari	21	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
18	Bela	20	UMP	<Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	1 kali

19	Citra Buana Tunggadewi	21	UNSOED	<Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
20	EF	22	UMP	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
21	Triana Nur Aisah	21	UMP	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
22	FIKA AMALIA	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
23	Belinsa S.	22	UNSOED	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
24	Mutiara annisa	21	UMP	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
25	Rizki Septia	22	UNSOED	<Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	1 kali
26	Raudhoh Zerlina Anjali	17	UMP	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	1 kali
27	Rima	18	UNSOED	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
28	Tifani Silmi	18	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali

29	Kartika najiah ahda sabila	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
30	Dona Novitasari	17	UNSOED	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
31	Siti Maesaroh	21	UNSOED	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
32	Yunia Isnaeni	22	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
33	saffanah anwar	18	UNSOED	<Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	1 kali
34	Audy Bunga Dwi Lestari	17	UMP	<Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	1 kali
35	Zahra	18	UMP	<Rp 1.000.000	>Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
36	Davina Ratu Alleysia	18	UMP	<Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	1 kali
37	Eka susi indriani	23	UMP	<Rp 1.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
38	Mariska Astriana Putri	21	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali

39	Indana Qurrotul Aeni	22	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
40	Elen	22	UNSOED	>Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	1 kali
41	Dhealia	22	UNSOED	>Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
42	Sifa yuniar wijayanti	22	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	2 kali
43	Anjelina	19	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
44	Arinal faizah	19	UNSOED	>Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
45	Fiqoh irawati	20	UIN SAIZU	>Rp 3.000.000	>Rp 700.000	> 3 kali
46	Indah sabrina	19	UNSOED	>Rp 3.000.000	>Rp 700.000	2 kali
47	Kharisma umi fadilah	20	UNSOED	>Rp 3.000.000	>Rp 700.000	3 kali
48	Lestari elastria	18	UNSOED	>Rp 3.000.000	>Rp 700.000	1 kali
49	Lutfi amalia	20	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
50	Nella maziyah	20	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali

51	Rina Auliya	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
52	Sifa zahrani	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
53	Wardah arumsari	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
54	Fira Revina	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
55	Siti rahmadita	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 700.000	3 kali
56	Vindy nur ayu	20	UIN SAIZU	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
57	Desti sagita	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
58	Novita Mardani	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
59	Aisah Istiqomah	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
60	Nadia Dwi Jayanti	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali

61	Zahratul Imani	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
62	Leli Roswiati	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
63	Tina Agustina	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
64	Rini Maharani	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
65	Rahmah Suci Amalia	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
66	Yuniar Larasati	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
67	Syifa Fitriani	20	UNSOED	<Rp 1.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
68	Farah Salsabila	19	UNSOED	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
69	Febri Nur Aeni	19	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
70	Dina abriyanti	19	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali

71	Tiara Indah lestari	19	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
72	Nada salma	19	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	3 kali
73	Utiana Sari	19	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	2 kali
74	Isnaeni nur hidayah	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
75	Delvina Oktaviani	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
76	Haryati maudy	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
77	Lia Nurul Natasha	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
78	Marisa eva adelia	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
79	Rina melati	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
80	Kustiani dewi	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali

81	Amanda eka Saputri	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
82	Eri Dwi wandani	21	UMP	<Rp 1.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
83	Nasywa Anisa Putri	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
84	Akhita Trias Fitriani	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
85	Saskia Fadila W	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
86	Nafsuku Mutmainah	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
87	Tiara Nur Ariza	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
88	Gendis Z.A	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
89	Anggun A.	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali
90	Ratri Pramudita P.N	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	>Rp 500.000 s/d Rp 700.000	> 3 kali

91	Cica aftiyani	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
92	Safira Diana R	21	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
93	Wahyuningsih	22	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
94	Khoirunnisa	19	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
95	Zahra Ramdani	22	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	3 kali
96	Nurul Rohmah wati	22	UMP	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
97	Septi ayu Saputri	23	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
98	Siti fauziah	22	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
99	Ummu haniah	21	UIN SAIZU	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali
100	Shanti Eka	20	UNSOED	>Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	<Rp 300.000 s/d Rp 500.000	> 3 kali

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban

Harga (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	4	4	3	4	15
2	5	5	5	4	19
3	5	5	5	4	19
4	5	3	3	3	14
5	4	4	4	4	16
6	3	3	3	5	14
7	5	4	4	4	17
8	3	3	2	3	11
9	4	4	3	4	15
10	5	4	4	4	17
11	5	5	5	5	20
12	4	4	3	4	15
13	3	4	3	3	13
14	5	5	4	5	19
15	4	4	4	4	16
16	3	4	3	3	13
17	4	4	4	3	15
18	4	4	2	4	14
19	5	5	4	4	18
20	5	5	5	4	19
21	4	5	4	5	18
22	5	5	5	5	20
23	5	4	4	5	18
24	5	4	5	4	18
25	2	5	5	5	17
26	3	3	3	3	12
27	4	5	4	4	17
28	5	4	5	5	19
29	4	3	4	3	14
30	3	4	3	4	14
31	5	4	5	4	18
32	5	5	5	2	17
33	5	5	5	4	19
34	5	4	4	4	17

35	4	4	3	4	15
36	5	5	5	5	20
37	3	4	4	4	15
38	5	5	5	4	19
39	3	3	4	3	13
40	4	5	5	4	18
41	5	3	5	5	18
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	4	19
45	4	5	5	5	19
46	5	5	5	5	20
47	4	5	5	5	19
48	5	4	5	5	19
49	4	5	5	5	19
50	5	4	5	5	19
51	5	5	5	5	20
52	5	5	4	5	19
53	5	4	5	5	19
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	4	19
56	4	5	5	5	19
57	5	5	5	5	20
58	5	3	5	5	18
59	5	5	5	5	20
60	5	4	5	5	19
61	5	5	5	5	20
62	4	5	5	5	19
63	5	5	5	5	20
64	5	4	5	5	19
65	5	5	5	5	20
66	4	5	5	5	19
67	5	5	5	5	20
68	3	5	5	5	18
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	4	5	4	5	18
73	5	5	5	5	20

74	4	5	5	5	19
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	5	5	4	5	19
78	4	4	5	5	18
79	5	5	5	5	20
80	5	4	5	5	19
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	5	5	5	20
85	4	5	4	5	18
86	5	5	5	5	20
87	4	5	5	4	18
88	5	5	5	5	20
89	4	5	4	5	18
90	5	5	5	5	20
91	5	5	4	5	19
92	4	5	5	5	19
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	5	20
95	4	5	5	5	19
96	5	4	5	5	19
97	5	5	5	5	20
98	5	3	5	5	18
99	5	5	5	5	20
100	5	4	5	5	19

Kualitas Layanan (X2)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	5	5	3	22
3	4	5	4	4	5	22
4	5	3	3	4	3	18
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	4	5	5	24
7	4	4	4	5	4	21
8	4	4	4	4	4	20

9	5	5	5	4	5	24
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	3	2	2	3	2	12
13	4	3	4	4	4	19
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	4	4	4	20
16	4	5	4	5	5	23
17	4	3	3	3	3	16
18	5	5	4	5	5	24
19	5	4	5	4	5	23
20	4	2	3	4	3	16
21	4	5	4	5	4	22
22	5	5	3	5	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	5	4	21
25	4	4	3	3	3	17
26	4	5	4	5	5	23
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	5	5	5	23
29	5	4	4	4	4	21
30	3	4	5	5	4	21
31	4	5	4	5	5	23
32	4	5	5	5	5	24
33	5	3	4	5	5	22
34	5	4	4	5	4	22
35	5	5	4	5	5	24
36	3	2	2	3	2	12
37	5	5	4	5	4	23
38	5	5	4	4	4	22
39	4	4	5	4	4	21
40	5	4	5	4	5	23
41	4	4	3	4	3	18
42	4	3	3	4	3	17
43	4	4	5	5	4	22
44	5	4	3	4	4	20
45	4	4	4	5	5	22
46	4	5	4	5	5	23
47	4	3	5	5	5	22

48	4	5	4	4	4	21
49	4	5	5	5	5	24
50	4	4	4	4	5	21
51	5	4	5	5	5	24
52	5	4	4	5	4	22
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	5	4	21
55	4	5	5	5	5	24
56	4	4	5	4	4	21
57	4	4	5	5	5	23
58	4	4	4	5	4	21
59	4	4	5	4	5	22
60	4	5	4	4	5	22
61	4	5	4	4	4	21
62	4	4	5	4	4	21
63	5	5	5	4	4	23
64	4	4	4	5	5	22
65	4	5	5	4	4	22
66	4	3	5	5	5	22
67	3	3	5	4	4	19
68	5	5	4	4	5	23
69	4	4	5	4	5	22
70	4	3	3	5	4	19
71	4	4	4	4	5	21
72	4	3	4	4	4	19
73	4	5	4	5	5	23
74	5	5	4	4	5	23
75	4	5	4	5	5	23
76	5	4	4	4	5	22
77	5	4	4	4	5	22
78	5	4	4	5	5	23
79	4	5	5	4	5	23
80	4	5	5	4	4	22
81	4	4	4	4	4	20
82	4	5	5	4	4	22
83	4	5	5	4	4	22
84	5	5	5	4	5	24
85	4	4	5	5	4	22
86	5	4	5	4	4	22

87	4	4	4	3	5	20
88	4	5	4	5	4	22
89	4	4	5	5	4	22
90	4	5	4	4	5	22
91	4	5	4	4	5	22
92	4	4	4	5	4	21
93	4	4	4	4	4	20
94	4	5	5	4	5	23
95	4	5	5	5	4	23
96	5	5	4	4	4	22
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	5	4	4	21
99	4	5	4	4	4	21
100	4	5	4	4	3	20

Lokasi (X3)

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	4	5	5	24
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	3	18
5	5	4	4	4	4	21
6	2	2	2	2	2	10
7	5	5	4	4	4	22
8	4	5	4	5	5	23
9	5	4	4	4	5	22
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	4	5	5	24
12	4	4	3	3	4	18
13	5	5	4	5	4	23
14	5	5	4	5	5	24
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	5	21
18	3	5	3	5	5	21
19	5	5	4	5	5	24
20	4	4	4	5	4	21
21	4	5	4	4	5	22

22	5	3	3	5	5	21
23	5	5	4	5	5	24
24	4	4	2	4	4	18
25	4	4	4	5	4	21
26	3	2	3	3	3	14
27	5	4	4	4	4	21
28	5	5	4	5	5	24
29	4	4	3	3	3	17
30	5	5	4	4	5	23
31	5	5	4	5	5	24
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	4	5	3	22
34	5	5	5	5	5	25
35	4	5	4	4	5	22
36	4	4	3	4	3	18
37	5	5	5	5	5	25
38	5	4	4	5	4	22
39	5	5	5	4	4	23
40	4	4	5	5	4	22
41	5	5	4	4	5	23
42	4	4	4	4	4	20
43	3	3	3	3	3	15
44	5	4	4	5	5	23
45	3	3	5	5	5	21
46	4	4	5	4	5	22
47	5	4	4	4	5	22
48	5	4	5	5	5	24
49	4	5	5	4	5	23
50	5	5	4	5	5	24
51	4	4	4	4	5	21
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	5	21
54	5	4	4	5	4	22
55	4	4	4	5	4	21
56	4	4	5	5	5	23
57	4	5	4	4	4	21
58	3	3	3	4	4	17
59	4	4	4	5	4	21
60	4	5	4	5	4	22

61	5	5	5	5	5	25
62	5	4	4	5	5	23
63	4	3	4	3	3	17
64	3	3	5	5	5	21
65	4	4	4	5	5	22
66	4	4	4	5	5	22
67	5	5	3	3	3	19
68	4	4	5	5	5	23
69	5	4	4	5	5	23
70	4	4	5	5	4	22
71	5	4	5	5	5	24
72	4	5	4	4	4	21
73	4	4	5	5	5	23
74	4	4	3	4	3	18
75	5	4	5	5	5	24
76	4	4	4	5	5	22
77	5	4	5	4	4	22
78	4	5	4	5	4	22
79	5	5	5	4	5	24
80	3	4	4	4	3	18
81	5	5	5	5	4	24
82	2	5	5	5	5	22
83	4	4	5	5	5	23
84	4	4	5	5	4	22
85	5	4	4	5	4	22
86	5	5	4	5	4	23
87	4	4	5	5	5	23
88	4	4	3	4	4	19
89	3	3	4	4	3	17
90	4	4	4	5	5	22
91	4	5	4	4	5	22
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	3	19
94	5	5	4	5	4	23
95	4	5	4	4	5	22
96	4	4	5	4	5	22
97	4	4	4	3	4	19
98	4	4	5	4	5	22
99	3	4	4	3	4	18

100	3	3	3	3	3	15

Atmosphere (X4)

No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total X4
1	4	4	4	4	16
2	4	5	4	5	18
3	3	5	3	3	14
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	5	17
6	2	5	4	4	15
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	5	18
9	3	4	5	4	16
10	3	4	4	4	15
11	4	4	5	5	18
12	2	3	3	3	11
13	5	5	4	4	18
14	4	5	5	5	19
15	4	4	4	4	16
16	4	5	5	5	19
17	4	4	4	3	15
18	2	5	5	5	17
19	4	5	5	5	19
20	4	5	4	5	18
21	4	5	5	4	18
22	3	5	5	5	18
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	5	17
25	4	5	4	4	17
26	3	3	3	2	11
27	5	4	4	4	17
28	4	5	4	5	18
29	3	3	3	4	13
30	3	5	5	5	18
31	4	5	4	5	18
32	4	5	4	5	18
33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20

35	4	5	5	4	18
36	4	3	4	4	15
37	3	5	5	5	18
38	4	5	4	5	18
39	4	5	4	4	17
40	4	5	4	5	18
41	3	4	3	5	15
42	4	3	3	4	14
43	4	4	5	5	18
44	5	4	4	5	18
45	4	4	5	4	17
46	4	5	4	5	18
47	4	4	4	5	17
48	4	4	5	5	18
49	4	4	5	4	17
50	4	5	4	5	18
51	5	5	5	5	20
52	4	5	5	5	19
53	4	4	5	5	18
54	4	3	4	4	15
55	3	3	4	4	14
56	5	5	5	4	19
57	4	4	5	5	18
58	4	5	4	4	17
59	5	5	4	4	18
60	5	5	4	5	19
61	4	5	4	4	17
62	5	5	4	5	19
63	4	4	4	4	16
64	5	4	5	4	18
65	4	5	5	4	18
66	4	4	3	4	15
67	4	4	5	4	17
68	3	3	5	5	16
69	5	4	5	5	19
70	4	4	5	4	17
71	4	4	4	5	17
72	4	5	5	5	19
73	4	4	4	3	15

74	3	5	5	5	18
75	5	3	5	5	18
76	4	4	4	5	17
77	5	5	5	5	20
78	4	4	4	5	17
79	5	4	5	4	18
80	4	4	5	4	17
81	5	3	3	3	14
82	4	4	5	5	18
83	5	5	5	4	19
84	3	5	3	3	14
85	5	5	4	5	19
86	4	4	5	4	17
87	4	4	5	4	17
88	4	4	4	4	16
89	4	4	5	4	17
90	4	5	5	5	19
91	3	3	3	5	14
92	4	4	4	4	16
93	4	5	5	4	18
94	5	5	4	4	18
95	4	4	4	4	16
96	4	4	5	5	18
97	3	3	4	3	13
98	4	5	5	4	18
99	4	4	5	4	17
100	4	4	3	3	14

Keputusan (Y)

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	4	19
3	5	4	4	4	17
4	4	3	3	3	13
5	4	4	4	4	16
6	5	5	4	5	19
7	4	4	4	3	15
8	5	5	5	4	19

9	4	4	5	5	18
10	4	4	4	5	17
11	5	5	5	4	19
12	3	4	3	3	13
13	4	4	4	3	15
14	5	5	5	4	19
15	4	4	4	3	15
16	5	5	5	3	18
17	4	3	3	4	14
18	5	5	3	5	18
19	5	5	5	5	20
20	5	4	5	5	19
21	4	5	4	5	18
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	4	4	4	17
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	2	11
27	4	4	4	4	16
28	5	4	5	4	18
29	4	4	4	3	15
30	4	5	4	3	16
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	5	5	2	5	17
34	5	5	5	4	19
35	5	5	5	5	20
36	4	3	3	3	13
37	4	3	4	4	15
38	5	4	4	4	17
39	3	4	3	4	14
40	3	3	5	3	14
41	5	4	4	4	17
42	4	4	4	3	15
43	5	4	5	4	18
44	4	4	5	5	18
45	5	5	5	5	20
46	4	4	4	5	17
47	4	4	4	4	16

48	5	4	4	4	17
49	5	5	5	4	19
50	4	5	5	5	19
51	5	4	5	5	19
52	5	4	4	5	18
53	5	4	4	5	18
54	5	4	5	4	18
55	5	4	4	4	17
56	4	4	5	4	17
57	4	5	4	5	18
58	4	4	4	4	16
59	4	5	4	5	18
60	5	4	5	5	19
61	5	5	4	5	19
62	5	5	4	4	18
63	3	5	5	3	16
64	4	5	5	5	19
65	4	5	5	5	19
66	5	4	4	5	18
67	3	4	4	4	15
68	5	5	4	4	18
69	4	5	4	4	17
70	4	4	5	5	18
71	4	4	4	5	17
72	4	4	4	5	17
73	5	4	5	5	19
74	5	4	4	5	18
75	5	4	4	4	17
76	5	5	4	4	18
77	3	5	5	5	18
78	5	4	4	4	17
79	4	4	5	4	17
80	5	4	4	4	17
81	4	4	5	5	18
82	5	5	5	4	19
83	4	4	4	4	16
84	2	4	4	4	14
85	4	4	4	4	16
86	5	4	4	5	18

87	4	4	5	4	17
88	5	4	5	4	18
89	4	5	4	5	18
90	4	5	5	4	18
91	5	5	4	4	18
92	4	4	4	4	16
93	4	5	4	5	18
94	4	4	5	5	18
95	5	4	4	5	18
96	4	4	4	3	15
97	3	3	3	3	12
98	5	5	5	5	20
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	5	17

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.292**	.538**	.363**	.718**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.292**	1	.524**	.442**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.538**	.524**	1	.559**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.363**	.442**	.559**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.718**	.724**	.863**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kualitas Layanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2_TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.312**	.111	.184	.376**	.529**
	Sig. (2-tailed)		.002	.270	.068	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.312**	1	.408**	.289**	.485**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.111	.408**	1	.320**	.490**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.270	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.184	.289**	.320**	1	.426**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.068	.003	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.376**	.485**	.490**	.426**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.529**	.754**	.701**	.624**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lokasi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3_TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.314**	.234*	.402**	.213*	.643**
	Sig. (2-tailed)		.001	.019	.000	.033	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.314**	1	.314**	.333**	.242*	.645**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.001	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.234*	.314**	1	.462**	.313**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.019	.001		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.402**	.333**	.462**	1	.441**	.776**

	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.213*	.242*	.313**	.441**	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.033	.015	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.643**	.645**	.667**	.776**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Atmosphere (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4_TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.191	.217*	.192	.600**
	Sig. (2-tailed)		.057	.030	.055	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.191	1	.304**	.337**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.057		.002	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.217*	.304**	1	.402**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.030	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.192	.337**	.402**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.055	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X4_TOTAL	Pearson Correlation	.600**	.679**	.708**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keputusan (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y_TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.349**	.257**	.343**	.694**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Y.2	Pearson Correlation	.349**	1	.370**	.384**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.257**	.370**	1	.290**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.343**	.384**	.290**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.694**	.722**	.672**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.770	.768	4

Kualitas Layanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.727	.720	5

Lokasi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.706	.708	5

Atmosphere (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.600	.601	4

Keputusan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.661	.665	4

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39396142
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.055
	Negative	-.062
Test Statistic		.062

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.064	2.026		-.032	.975		
	Harga	.146	.068	.168	2.160	.033	.959	1.043
	Kualitas_L	.233	.068	.284	3.446	.001	.854	1.171
	Lokasi	.189	.065	.236	2.896	.005	.876	1.142
	Atmosphere	.322	.087	.315	3.713	.000	.806	1.241

a. Dependent Variable: Keputusan

Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.789	.748		1.054	.294
	Harga	-.018	.025	-.076	-.734	.465
	Kualitas_L	.022	.025	.098	.888	.377
	Lokasi	-.011	.024	-.051	-.464	.644
	Atmosphere	-.004	.032	-.014	-.120	.904

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda

ANALISIS REGRESI

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.064	2.026		-.032	.975		
	Harga	.146	.068	.168	2.160	.033	.959	1.043

	Kualitas_L	.233	.068	.284	3.446	.001	.854	1.171
	Lokasi	.189	.065	.236	2.896	.005	.876	1.142
	Atmosphere	.322	.087	.315	3.713	.000	.806	1.241

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.064	2.026		-.03 2	.975
	Harga	.146	.068	.168	2.160	.033
	Kualitas_L	.233	.068	.284	3.446	.001
	Lokasi	.189	.065	.236	2.896	.005
	Atmosphere	.322	.087	.315	3.713	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.220	4	39.055	19.287	.000[b]
	Residual	192.370	95	2.025		
	Total	348.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Atmosphere, Harga, Lokasi, Kualitas_L

Koefisien Determinasi

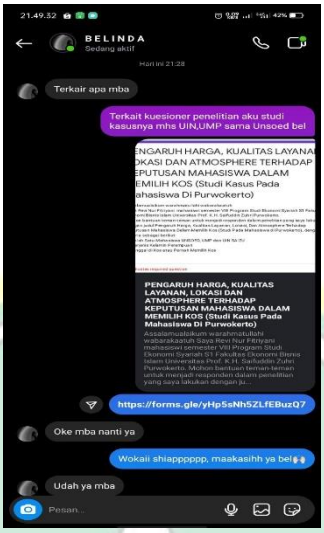
Model Summary[b]

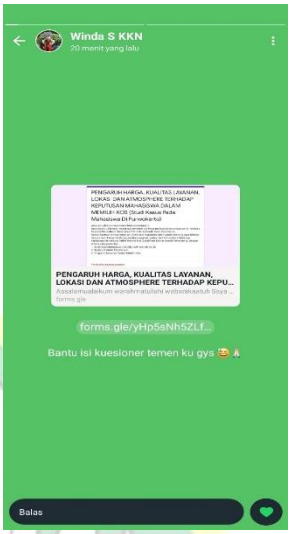
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669[a]	.448	.425	1.42301

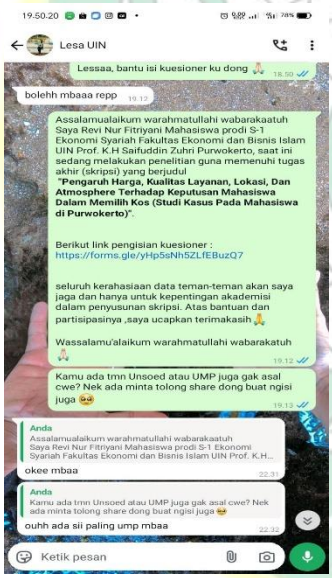
a. Predictors: (Constant), Atmosphere, Harga, Lokasi, Kualitas_L

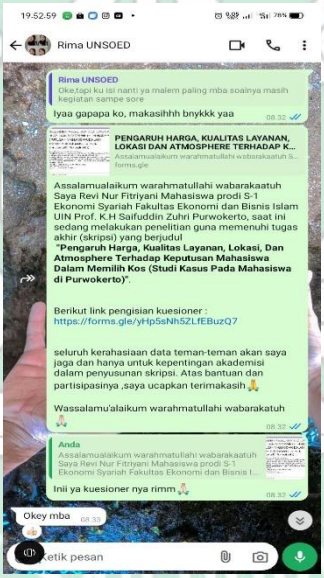
b. Dependent Variable: Keputusan

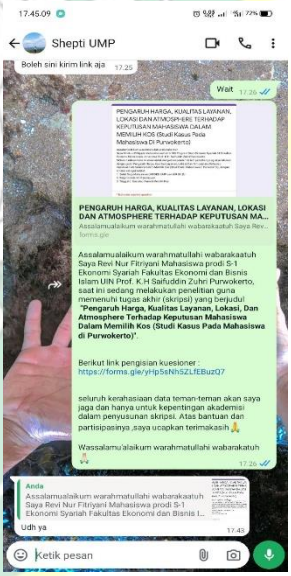
Lampiran 9 Distribusi Kuesioner











Lampiran 10 Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 11 Tabel T

df=(n-k)	α = 0.05	α = 0.025
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984

Lampiran 12 Tabel F

α = 0,05	df1							
df2	1	2	3	4	5	6	7	8
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

Lampiran 13 Surat Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1815/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/10/2024 14 Oktober 2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Riset Idividual**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan UNSOED, UIN SAIZU, UMP
Di
UNSOED, UIN SAIZU, UMP

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Atmosphere Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Purwokerto).

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan Izin Riset Idividual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama	:	Revi Nur Fitriyani
NIM	:	2017201083
Prodi / Semester	:	S-1 Ekonomi Syariah / XI

Adapun Riset Idividual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Objek Penelitian	:	Mahasiswa
Tempat Penelitian	:	UNSOED, UIN SAIZU, UMP
Waktu Penelitian	:	19 September 2024 s/d 29 Oktober 2024
Metode Penelitian		Kuantitatif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Lampiran 14 Sertifikat

Sertifikat BTA PPI

IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/17573/27/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA	:	**REVI NUR FITRIYANI**
NIM	:	**2017201083**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur`an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	98
# Tartil	:	90
# Imla`	:	80
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	85

Purwokerto, 27 Jul 2021

ValidationCode

Sertifikat Bahasa Arab

IAIN PURWOKERTO

وزارة الشؤون الدينية

الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو

الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جندرال احمد ياني رقم: ٤٠ أ بوروكرتو ٥٣١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

الشهـــــادة

الرقم: ان.١٧/ /UPT.Bhs /PP.٠٠٩ ٢٠٢١/٢٣٤٢٥

منحت الى

الاسم : ريفي نور فطرياني

المولودة : تشيلاتشاب، ١ ديسمبر ٢٠٠٢

الذي حصل على

فهم المسموع	: ٥٢
فهم العبارات والتراكيب	: ٥١
فهم المقروء	: ٥٠
النتيجة	: ٥٠٩

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٤ فبراير ٢٠٢١

بوروكرتو، ٩ يناير ٢٠٢١
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

ValidationCode

الحاج أحمد سعيد، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٢١٠٠١

SIUB v.1.0 UPT BAHASA IAIN PURWOKERTO - page1/1

Sertifikat Bahasa Inggris

IAIN PURWOKERTO

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/23425/2021

This is to certify that :

Name : **REVI NUR FITRIYANI**
Date of Birth : **CILACAP, December 1st, 2002**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on January 4th, 2021, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 44
2. Structure and Written Expression : 43
3. Reading Comprehension : 51

Obtained Score : 460

The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.

ValidationCode

Purwokerto, January 27th, 2021
Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001

SIUB v.1.0 UPT BAHASA IAIN PURWOKERTO - page1/1

Sertifikat KKN

LPPM

Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0214/K.LPPM/KKN.52/09/2023

Lembaga Penelitan dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **REVI NUR FITRIYANI**
NIM : **2017201083**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-52 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **91 (A)**.

Certificate Validation

Sertifikat PBM

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281 - 635624, Fax : 0281 - 636553, Website : febi.uinsaizu.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor : 4322/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Revi Nur Fitriyani
NIM : 2017201083

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A-
Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sertifikat PPL

SERTIFIKAT
Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

NAMA : REVI NUR FITRIYANI
NIM : 2017201083

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Hj. Yaz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200901 2 027

Sertifikat lulus komprehensif

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF
Nomor: 822/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama	:	Revi Nur Fitriyani
NIM	:	2017201083
Program Studi	:	Ekonomi Syariah

Pada tanggal 6 Mei 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **73 / B**.
Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 7 Mei 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sertifikat lulus sempro

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL
Nomor: 990/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama	:	Revi Nur Fitriyani
NIM	:	2017201083
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi	:	H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
Judul	:	Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Atmosphere Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Kos (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto)

Pada tanggal 14 Agustus 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.
Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 17 Agustus 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Revi Nur Fitriyani
2. Nim : 2017201083
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 01 Desember 2002
4. Alamat Rumah : Bantarpanjang RT 04/ RW 01, Cimanggu
5. Nama Orang Tua

   Nama Ayah : Wasirin

   Nama Ibu : Sri Haryani

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

   a. TK/PAUD : TK Masyitoh 03

   b. SD/MI : SDN Bantarpanjang 06 (2014)

   c. SMP/MTS : SMP Darussalam Cimanggu (2017)

   d. SMA/MA : MAN 02 Cilacap (2020)

   e. S1 : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Tahun masuk 2020
2. Pendidikan Non-Formal

   a. Pondok Pesantren El-Fira 1, Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Panitia FEC Got Talent