

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH RUMAH KOST**

**SITTI HAJAR<sup>1</sup>, MADE SUSILAWATI<sup>2</sup>, D.P.E. NILAKUSMAWATI<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Matematika, Fakultas MIPA Universitas Udayana,  
e-mail: <sup>1</sup>salju\_mahameru19@yahoo.com, <sup>2</sup>susilawati.made@gmail.com,  
<sup>3</sup>nilakusmawati\_desak@gmail.com

### *Abstrak*

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang merupakan data persepsi mahasiswa dalam memilih rumah kost. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling, dengan sampel penelitian adalah mahasiswa Universitas Udayana yang tinggal di rumah kost di daerah Bukit Jimbaran dan Denpasar yang masih aktif kuliah yaitu angkatan 2008-2011. Dimensi faktor yang digunakan pada penelitian ini yaitu: faktor referensi, citra/reputasi, keamanan, harga, lingkungan, pelayanan, fasilitas, dan lokasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa faktor paling dominan yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih kost adalah faktor lingkungan kost dengan nilai eigen yaitu 4,119 dan keragaman varian sebesar 19,613%. Nilai loading factor paling besar dalam faktor ini dimiliki oleh variabel lingkungan kost yang bersih yaitu sebesar 0,797.

**Kata Kunci:** Rumah Kost, Keputusan Mahasiswa, Analisis Faktor

### **1. Pendahuluan**

Di Indonesia, banyak ditemukan pelajar yang setelah lulus dari SMA atau yang sederajat melanjutkan sekolah di luar kota, bahkan ada yang di luar provinsi atau juga pulau. Pilihan untuk melanjutkan studi di luar daerah berdasarkan beberapa alasan, antara lain karena fakultas/jurusan yang diinginkan dan sesuai dengan minat dan bakat tidak terdapat di daerah asal, atau pun karena beasiswa yang diterima mengharuskan untuk melanjutkan studi di universitas yang ditentukan oleh penyedia beasiswa. Oleh karena itu, meninggalkan daerah atau kota kelahiran dan menetap di daerah atau kota tempat universitas yang diinginkan berada harus menjadi pilihan. Seperti halnya di Universitas Udayana Bali, perkembangan pembangunan gedung kampus Universitas Udayana membawa pengaruh positif bagi perekonomian masyarakat. Hal ini terlihat semakin meningkatnya permintaan properti oleh konsumen khususnya kebutuhan akan rumah kost. Daerah Bukit Jimbaran yang dulunya merupakan perbukitan yang berisi lahan-lahan kosong, saat ini telah mengalami transisi menjadi salah satu pusat kegiatan para mahasiswa. Demikian pula dengan

<sup>1</sup> Mahasiswa Jurusan Matematika FMIPA Universitas Udayana

<sup>2,3</sup> Staf Pengajar Jurusan Matematika FMIPA Universitas Udayana

Kota Denpasar yang notabene adalah pusat kegiatan semakin padat saja disebabkan banyaknya para mahasiswa baik yang berasal dari luar Bali maupun masyarakat asli Bali. Setiap orang memiliki preferensi yang berbeda dalam hal memilih tempat tinggal. Demikian juga para mahasiswa dalam memilih rumah kost. Banyak hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih kost misalnya ada yang memilih kost dengan lokasi yang strategis seperti dekat dengan kampus, tempat makan, warnet, fotocopy, shopping center, ataupun tempat-tempat hiburan lainnya. Ada yang memilih kost dengan lingkungan yang mendukung dan kondusif untuk belajar atau ada juga yang lebih suka keramaian. Selain itu harga sewa dan fasilitas kost juga menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih rumah kost.

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

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia [4], kost adalah menumpang tinggal dan makan (dengan membayar); memondok, dengan membayar tiap tahun atau tiap bulannya. Sedangkan jasa menurut Gronroos dalam Tjiptono [10] adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas intangible yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Menurut Kotler [5], terdapat empat karakteristik jasa yang berdampak pada desain pemasaran jasa, yaitu:

1. Tidak berwujud (intangibility); Sifat jasa yang tidak berwujud mengakibatkan suatu jasa tidak dapat dicium, dilihat, didengar, diraba dan dirasakan hasilnya sebelum membelinya.
2. Tidak dapat dipisahkan ( inseparability); Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika seseorang melakukan pembelian jasa, maka penyedia jasa tersebut merupakan bagian dari jasa.
3. Bervariasi (variability); Jasa tergantung kepada siapa penyedia jasa tersebut dan kapan serta dimana jasa diproduksi, mengakibatkan jasa memiliki hasil yang berbeda-beda.
4. Tidak tahan lama (perishability); Jasa tidak dapat disimpan. Karakteristik perishability ini tidak akan menjadi masalah jika permintaan tetap. Tetapi jika perusahaan berfluktuasi, maka perusahaan jasa mengalami masalah.

Menurut Cahyo Prabowo (dalam Primananda,[8]), perilaku konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang.

### **Analisis Faktor**

Analisis faktor merupakan salah satu metode statistika multivariat yang bertujuan untuk mendefinisikan struktur pada suatu matrik data (Hair, et al, [1]). Prinsip dasar dari analisis faktor adalah mengekstrasi sejumlah faktor atau common faktor dari gugusan variabel asal  $X_1, X_2, \dots, X_p$  sehingga banyaknya faktor lebih sedikit dari banyaknya variabel asal  $X$  dan sebagian besar informasi (ragam) variabel asal  $X$  tersimpan dalam sejumlah faktor. Analisis faktor dapat dipandang sebagai perluasan analisis komponen utama, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan sejumlah kecil faktor yang memiliki sifat-sifat:

1. Mampu menerangkan semaksimal mungkin keragaman data,
2. Faktor-faktor tersebut saling bebas,
3. Tiap-tiap faktor dapat diinterpretasikan.

Secara umum model analisis faktor (Johnson dan Dean, [3]) adalah:

$$\begin{aligned} X_1 - \mu_1 &= l_{11}F_1 + l_{12}F_2 + \dots + l_{1m}F_m + \varepsilon_1 \\ X_2 - \mu_2 &= l_{21}F_1 + l_{22}F_2 + \dots + l_{2m}F_m + \varepsilon_2 \\ &\vdots \\ X_p - \mu_p &= l_{p1}F_1 + l_{p2}F_2 + \dots + l_{pm}F_m + \varepsilon_p \end{aligned} \tag{1}$$

dengan  $X_1, X_2, \dots, X_p$  adalah indikator dari m faktor,  $l_{11}, l_{12}, \dots, l_{pm}$  adalah *loading* (pembobot) variabel ke-1 sampai ke-p pada faktor ke-1 sampai ke-m,  $F_1, F_2, \dots, F_m$  menyatakan faktor ke-1 sampai ke-m,  $\varepsilon_1, \varepsilon_2, \dots, \varepsilon_p$  faktor spesifik untuk variabel ke-1 sampai ke-p, dan  $\mu_i$  adalah rata-rata dari indikator ke-i.

Pembentukan model di atas dilakukan berdasarkan asumsi-asumsi berikut:

1.  $E(F) = 0, \text{cov}(F) = 1$
2.  $E(\varepsilon) = 0, \text{cov}(\varepsilon) = \psi$  ; dimana  $\psi$  adalah matrik diagonal
3. F dan  $\varepsilon$  saling bebas, maka  $\text{cov}(F, \varepsilon) = 0$

Jumlah kuadrat dari faktor pembobot variabel ke- $i$  disebut komunalitas dari  $X_i$  dengan notasi:

$$h_i^2 = l_{i1}^2 + l_{i2}^2 + \dots + l_{im}^2 \tag{2}$$

dimana :  $h_i^2$  = komunalitas ke- $i$

Proses analisis faktor didasarkan pada sebuah matriks korelasi. Langkah awal yang dilakukan dalam analisis faktor adalah pembentukan matriks korelasi. Matriks ini digunakan untuk mendapatkan nilai kedekatan hubungan antar variabel penelitian. Nilai kedekatan ini dapat digunakan untuk melakukan beberapa pengujian untuk melihat kesesuaian dengan nilai korelasi yang diperoleh dari analisis faktor. Tahap selanjutnya adalah melakukan uji *Bartlett's test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji korelasi antar variabel-variabel dalam sampel. Pengujian untuk melihat apakah data yang diperoleh layak digunakan untuk diolah yaitu dengan melihat nilai *Keiser Meyer Olkin* (KMO) dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Analisis faktor dianggap layak digunakan apabila besaran KMO > 0,5 dan MSA yang digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria MSA > 0,6 (Hair *et al*, [1]).

Salah satu solusi dalam analisis faktor adalah dengan menggunakan Analisis Komponen Utama (AKU) atau *Principle Component Analysis* yang merupakan suatu teknik analisis untuk mentransformasi variabel-variabel asli yang masih saling berkorelasi satu dengan yang lain menjadi satu set variabel baru yang tidak berkorelasi lagi. Variabel-variabel baru itu disebut sebagai komponen utama (*Principal Component*).

$$\text{Misalkan } X = \begin{bmatrix} X_{11} & X_{12} & \dots & X_{1j} \\ X_{21} & X_{22} & \dots & X_{2j} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ X_{i1} & X_{i2} & \dots & X_{ij} \end{bmatrix} = [X_1, X_2, X_3, \dots, X_j]$$

dengan  $X_{ij}$  adalah nilai observasi variabel ke-j pengamatan ke-i

$\underline{X}_j$  adalah vektor kolom variabel ke-j

( $i = 1, 2, \dots, n$ ) dimana  $n$  : banyaknya sampel

( $j = 1, 2, \dots, p$ ) dimana  $p$  : banyaknya variabel yang digunakan

$E(X) = \mu$ , dengan matriks ragam peragam

Jika  $Y_{j \times 1} = A_{j \times j} \times X_{j \times 1}$

dimana  $Y_{j \times 1}$  adalah matrik komponen utama atau  $Y' = [\underline{Y}_1, \underline{Y}_2, \underline{Y}_3, \dots, \underline{Y}_j]$

$\underline{X}_{j \times 1}$  adalah vektor variabel asal

$A_{j \times j}$  adalah matrik transformasi yang diambil agar menghasilkan variabel baru yang sudah tidak berkorelasi.

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1j} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2j} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{j1} & a_{j2} & \dots & a_{jj} \end{bmatrix}$$

Variabel-variabel baru disebut komponen utama, merupakan kombinasi linier dari variabel-variabel asli yang tidak saling berkorelasi dengan keragaman masing-masing

adalah:  $\text{Var}(\underline{Y}_j) = \underline{a}_j' \Sigma \underline{a}_j = \lambda_j$

dengan  $j = 1, 2, \dots, p$  dan  $\lambda_j$  = akar ciri dari komponen utama ke-j.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Bukit Jimbaran dan di Kota Denpasar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang merupakan data persepsi mahasiswa dalam memilih rumah kost. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Udayana yang tinggal di rumah kost baik yang berasal dari luar pulau maupun asli Bali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu metode purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Udayana yang tinggal di rumah kost di daerah Bukit Jimbaran dan Denpasar yang masih aktif kuliah yaitu angkatan 2008-2011.

Variabel penelitian disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Identifikasi Variabel Penelitian

Dimensi Faktor	Variabel
Pelayanan	Keramahan Pemilik/Penjaga Kost
	Respon Pemilik/Penjaga Kost Terhadap Kerusakan Fasilitas Kost
Fasilitas	Fasilitas Umum
	Fasilitas Khusus/Tambahan
Lingkungan	Kondisi Lingkungan Kost
	Bukti Fisik Kost
Keamanan	Rumah Kost Aman dari Pencurian
Lokasi	Pertimbangan Lokasi Kost
Reputasi	Citra Kos
Harga	Harga sewa
	Diskon Harga
Referensi	Keluarga
	Teman

Dimensi faktor yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada Kotler dan Armstrong [6] yaitu: faktor referensi, citra/reputasi (berkaitan dengan keyakinan dan sikap), keamanan (berkaitan dengan kepribadian dan konsep diri), dan harga (berkaitan dengan situasi ekonomi). Selain itu faktor yang digunakan juga mengacu pada jurnal penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Haryadi [2], Saputro [9], dan Maulidah [7], berturut-turut adalah faktor lingkungan, pelayanan, fasilitas, dan lokasi.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian digunakan kuisisioner untuk mendapatkan data tentang keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kos, langkah awal adalah menguji validitas dan reliabilitas kuisisioner. Uji yang dilakukan menyatakan bahwa kuisisioner valid dan reliable. Sedangkan kelayakan data diolah dengan menggunakan analisis faktor adalah dengan melihat nilai KMO (Kaiser Meyer Olkin) dan uji Bartlett. Nilai KMO yang diperoleh sebesar 0,703 yang berarti data layak diolah dengan analisis factor. Demikian pula pada uji Bartlett diperoleh nilai  $P = 0,000$  yang mengindikasikan bahwa korelasi variable-variabel penelitian signifikan.

#### Penentuan Jumlah Faktor

Untuk mengetahui faktor dominan yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kost digunakan kriteria nilai eigen. Berdasarkan kriteria nilai eigen hanya faktor yang memiliki nilai eigen lebih besar dari satu yang dianggap signifikan.

Tabel 2. Nilai Akar Ciri Data Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost

Komponen	Nilai Akar ciri	Variansi (%)	Kumulatif (%)
1	4,119	19,613	19,613
2	2,307	10,986	30,600
3	1,577	7,511	38,110
4	1,371	6,527	44,637
5	1,225	5,832	50,469
6	1,146	5,456	55,925
7	1,001	4,768	60,692
8	0,981	4,670	65,363

Pada Tabel 2 memperlihatkan bahwa terdapat 7 komponen utama yang memiliki nilai eigen lebih besar dari satu. Ketujuh komponen utama ini secara berturut-turut diperoleh nilai variansi yaitu: 19,613%, 10,986%, 7,511%, 6,527%, 5,832%, 5,456%, 4,768% dengan jumlah persentase kumulatif sebesar 60,692%.

#### Rotasi Faktor

Rotasi faktor digunakan untuk mempermudah interpretasi dalam menentukan item-item apa saja yang masuk dalam suatu faktor. Rotasi faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah rotasi promax yaitu metode rotasi oblique dengan asumsi bahwa faktor-faktornya berkorelasi. Nilai *factor loading* yang digunakan adalah lebih besar dari 0.45 sesuai jumlah sampel yang digunakan sebesar 150.

Terdapat tujuh faktor yang menjelaskan keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost. Penamaan factor-faktornya berdasarkan variable-variabel yang dominan menyusunnya. Pada faktor 1 dinamakan faktor lingkungan kost. Faktor ini merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost. Berdasarkan *factor loading*, variabel lingkungan kost yang bersih paling menentukan yaitu sebesar 0,797. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan kost memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost.

Faktor kedua dinamai faktor harga, faktor ketiga faktor fasilitas, keempat faktor referensi, kelima faktor lokasi, keenam keamanan dan terakhir faktor kenyamanan.

Faktor	No Item Pertanyaan	Variabel
1	7	Lingkungan kost yang bersih
	8	Kost yang ditempati kondusif untuk beristirahat dan belajar
	1	Bukti fisik kost
	6	Respon pemilik/penjaga kost terhadap kerusakan fasilitas kost
	9	Tempat parkir yang cukup luas
	16	Citra kost yang akan anda tempati
	15	Lingkungan kost dekat dengan akses yang diperlukan (misalnya warung makan, warnet, fotocopy, mini market)
2	18	Perbandingan harga sewa kost
	19	Harga sewa kost yang cukup murah
3	4	Rumah kost dilengkapi dengan kamar mandi dalam dan dapur
	21	Pemilik kost memberikan diskon apabila pembayaran dilakukan secara tunai (cash)
	2	Fasilitas kost yang lengkap: kasur, meja belajar, lemari, kursi
4	25	Keberadaan teman kost yang satu fakultas/jurusan/daerah
	24	Referensi dari teman
	23	Referensi dari keluarga
5	13	Jarak dari kost ke kampus cukup terjangkau dengan menggunakan kendaraan
	12	Jarak dari kost ke kampus cukup terjangkau dengan berjalan kaki
6	11	Tempat kost aman dari pencurian
	10	Keberadaan ibu kost/penjaga kost
	5	Keramahan pemilik/penjaga kost
7	3	Fasilitas tambahan yang tersedia seperti televisi atau AC (air conditioner)

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tujuh faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost. Faktor pertama adalah faktor lingkungan kost dengan nilai eigen 4,119 dan variansi sebesar 19,613%. Faktor kedua adalah faktor harga sewa kost dengan nilai eigen 2,307 dan variansi sebesar 10,986%. Faktor ketiga adalah faktor fasilitas dengan nilai eigen 1,577 dan variansi sebesar 7,511%. Faktor keempat adalah faktor referensi dengan nilai eigen 1,371 dan variansi sebesar 6,527%. Faktor kelima adalah faktor lokasi dengan nilai eigen 1,225 dan variansi sebesar 5,832%. Faktor keenam adalah faktor keamanan dengan nilai eigen 1,146 dan variansi sebesar 5,456%. Faktor ketujuh adalah faktor pelayanan dengan nilai eigen 1,001 dan variansi sebesar 4,768%. Ketujuh faktor ini mampu menjelaskan keragaman dengan jumlah persentase kumulatif sebesar 60,692%.
2. Faktor paling dominan yang menentukan keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost yaitu faktor lingkungan kost.

## Daftar Pustaka

- [1] Hair Jr., R. E. Anderson, R.L. Tathan, and W.C. Black. 1995. *Multivariate Data Analysis with Readings*. Prentice Hall.Inc. USA.
- [2] Haryadi, Wahyu. 2009. “Faktor-faktor yang Menjadi Pertimbangan Perilaku Konsumen dalam Memilih Tempat Kos (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2006)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- [3] Johnson, R. A. dan Dean W. Wichern.1998. *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Prentice Hall International Inc. New Jersey.
- [4] Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989.Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- [5] Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- [6] Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2001. *Principles of Marketing*, diterjemahkan oleh Damos Sihombing M.B.A, Edisi 8, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- [7] Maulidah, Mustika Sari. 2011. “Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Mahasiswa dalam Memilih Kos”. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- [8] Primananda, Agustinus. 2010. “Studi tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Rumah (Studi Kasus pada Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- [9] Saputro, Trio Hendhi. 2010. “Pengaruh Pelayanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Hotel Ungaran Cantik Di Kabupaten Semarang”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- [10] Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Andy Offset. Yogyakarta.