



**ANALISIS PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN SEWA KOS KARYAWAN PT
UNGARAN SARI GARMENT PRINGAPUS**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Program Sarjana Ekonomi

Oleh:

Risqi Fajar Ramadhan

NIM.21510092

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si

NIDN.0606056901

Nunuk Supraptini, SE., MM

NIDN.0614086601

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
UNDARIS
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN SEWA KOS KARYAWAN PT UNGARAN SARI GARMENT
PRINGAPUS**

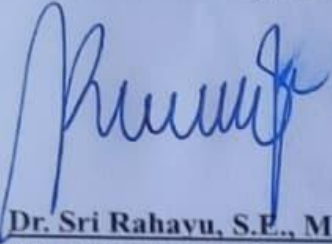
Oleh:

Risqi Fajar Ramadhan

NIM 20510092

Bahwa skripsi ini layak diujikan dan telah mendapatkan persetujuan pada tanggal 16
Agustus 2025

Dosen Pembimbing Utama



Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si.
NIDN 0606056901

Dosen Pembimbing Pendamping



Nunuk Supraptini, S.E., M.M.
NIDN 0614086601

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



M. Arif Rahman, SE., ME.
NIDN. 0614068702

PENGESAHAN SKRIPSI

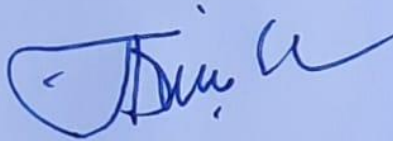
**ANALISIS PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN SEWA KOS KARYAWAN PT UNGARAN SARI GARMENT
PRINGAPUS**

Oleh:

Risqi Fajar Ramadhan NIM 20510092

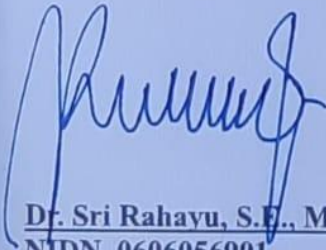
**Skripsi ini telah diujikan dan telah mendapat persetujuan pada tanggal 21
Agustus 2025**

**Tim Penguji
Ketua**



Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kuniati, SE., M.M.
NIDN. 0606096201

Dosen Penguji Pendamping 1



Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si.
NIDN. 0606056901

Dosen Penguji Pendamping 2



Nunuk Supraptini, S.E., M.M.
NIDN. 0614086601

ABTRAK

Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus yang berasal dari luar daerah memerlukan tempat tinggal selama mereka bekerja. Menyewa rumah kos menjadi salah satu solusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal di rumah kos, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang diperoleh menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui *software SmartPLS* versi 4.

Hasil menunjukkan bahwa harga dan berpengaruh signifikan keputusan sewa kos dengan nilai t-hitung variabel harga (X1) sebesar $2,278 > t\text{-tabel } 1,986$ dan nilai *p-value* sebesar $0,023 < 0,05$, variabel fasilitas (X2) sebesar $4,113 > t\text{ tabel } 1,986$ dan nilai *p-value* sebesar $0,00 < 0,05$. Sedangkan ilai t-hitung variabel lokasi (X3) sebesar $1,088 < t\text{ tabel } 1,986$ dan nilai *p-value* sebesar $0,277 > 0,05$ yang mengartikan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,562 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan moderat hingga tinggi dalam menjelaskan variabel kepuasan wisatawan sebesar 56,2%. Berdasarkan hasil tersebut pemilik kos disarankan untuk menetapkan sesuai dengan kemampuan finansial karyawan, memberikan fasilitas seauai dengan kebutuhan, melakukan \pemeliharaan fasilitas kos, dan memasang papan nama rumah kos, agar calon penghuni kos dapat dengan mudah mengenali rumah kos sehingga meningkatkan keputusan menyewa kos.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Employees of PT Ungaran Sari Garment Pringapus from outside the region require accommodation while they work. Renting boarding houses is one of the solutions. This study aims to determine the influence of price, facilities, and location on the decision to rent boarding houses for employees of PT Ungaran Sari Garment.

This research is a quantitative descriptive study, with data collection techniques through documentation and questionnaires. The population in this study consists of all employees of PT Ungaran Sari Garment living in boarding houses, with a sample size of 96 respondents obtained using accidental sampling techniques. The research instrument uses a Likert scale and is analyzed using the Partial Least Square (PLS) method through SmartPLS version 4 software.

The results show that price significantly influences the decision to rent boarding houses, with a t -value for the price variable (X_1) of $2.278 > t\text{-table } 1.96$ and a p -value of $0.023 < 0.05$. The facility variable (X_2) has a t -value of $4.113 > t\text{-table } 1.96$ and a p -value of $0.00 < 0.05$. Meanwhile, the t -value for the location variable (X_3) is $1.088 < t\text{-table } 1.96$ and the p -value is $0.277 > 0.05$, indicating that the location variable does not significantly influence the decision to rent boarding houses. The coefficient of determination (R^2) value of 0.562 indicates that the model has a moderate to high ability to explain the variable of tourist satisfaction at 56.2%. Based on these results, boarding house owners are advised to set prices according to the financial capabilities of employees, provide facilities according to needs, maintain boarding house facilities, and install nameplates for the boarding houses so that prospective tenants can easily recognize them, thereby increasing the decision to rent boarding houses.

Keywords: Price, Facilities, Location, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas Rahmat dan ridho-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Sewa Kos Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus” sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan semester VIII pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran.

Penulis mengakui bahwa tidak mudah untuk mengumpulkan bahan, literatur dan data yang berkaitan dengan Skripsi, kemudian mengkaji dan menganalisis serta menyajikan dalam satu kesatuan utuh dan terpadu. Namun berkat bantuan beberapa pihak berupa tenaga dan saran, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu sudah sepantasnya apabila pada kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. H. Amir Mahmud, M.M., M.Pd.I. selaku Plt. Rektor UNDARIS yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Bapak M. Arif Rakhman, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS yang telah memberikan kesempatan belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDARIS.
3. Bapak Fajar Suryatama, S.Sos., S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Sri Rahayu S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan, mengoreksi dan memberikan pengarahan serta petunjuk selama proses bimbingan skripsi.
6. Ibu Nunuk Suprptini, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan, mengoreksi dan memberikan pengarahan serta petunjuk selama proses bimbingan skripsi.
7. Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kuniati, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang memberikan kritikan dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen serta civitas academica Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS)
Ungaran.

Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, karena dengan bantuan dari pihak-pihak tersebut akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan iringan doa, semoga penelitian ini bermanfaat sebagai suatu sumbangan pemikiran ilmu pengetahuan.

Ungaran, 17 Agustus 2025

Penulis,

Risqi Fajar Ramadan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ya Tuhan, jika hari ini aku kehilangan harpanku, tolong ingatkanlah aku
bahwa rencana-Mu lebih baik daripada mimpiku.”

“Jam manusia selalu terburu-buru, jam Tuhan selalu tepat waktu.”

(Mikhailo Mudryk)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Diri saya sendiri yang telah mampu berjuang dan bertahan hingga sejauh ini
2. Kedua orang tua saya, Bapak Tugiyarto dan Ibu Fauzanah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan kesabaran seluas samusra dalam setiap langkah hidup penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Kedua adik saya Abash dan Nizam yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
4. Klub kebanggaan saya *Chelsea Football Club*, yang menemani dari masa kecil penulis hingga kini dalam suka maupun duka dan baru saja meraih gelar juara dunia, yang menjadi kejutan luar biasa dan memotivasi penulis untuk lebih bersemangat dalam menulis skripsi ini.
5. Semua teman seperjuangan penulis yang selalu memberikan dukungan dan menjadi teman diskusi yang baik sehingga skripsi ini selesai

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Operasional	12
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Keputusan Pembelian	15
2. Harga	22
3. Fasilitas.....	26
4. Lokasi	29
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berpikir.....	34
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37

3. Teknik Sampling.....	38
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	41
1. Variabel Penelitian.....	41
2. Indikator Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Kuesioner.....	42
2. Dokumentasi.....	43
F. Analisis Data.....	43
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
3. Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian	49
1. Analisis Deskripsi.....	49
2. Hasil Outer Model	51
3. Hasil Inner Model.....	56
3. Uji Hipotesis.....	60
B. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	68
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Variasi Harga Kos.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	41
Tabel 3. 2 Skala Linkert	43
Tabel 3.3 Rangkuman Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	50
Tabel 4. 3 Pendapatan Responden.....	51
Tabel 4. 4 Hasil <i>Outer Loadings</i>	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	53
Tabel 4. 6 Uji <i>Fornell – Larcker</i>	55
Tabel 4. 7 <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel 4. 8 <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 4. 9 Nilai <i>R-Square</i>	57
Tabel 4. 10 <i>Path Coefficient</i>	58
Tabel 4. 11 Uji <i>Q-Square Predictive Relevance</i> (Q2)	59
Tabel 4. 12 Titik Presentase Distribusi $t \alpha 5\%$	60
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Jalur.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Identitas Responden.....	78
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban 96 Responden	82
Lampiran 4 Hasil Pengolahan SmartPLS 4.....	90
Lampiran 5 T Tabel Untuk Alpha α 5%	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pekerjaan merupakan kebutuhan esensial bagi setiap individu untuk memperoleh penghasilan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, tempat tinggal, pendidikan, dan kesehatan. Penghasilan yang didapatkan dari pekerjaan memberikan rasa aman secara finansial, sehingga individu dapat merencanakan masa depan, termasuk menabung dan berinvestasi. Selain itu, pekerjaan juga berperan sebagai identitas, dan kontribusi sosial dalam kehidupan seseorang. Di Indonesia, banyak tenaga kerja yang mencari kesempatan kerja di luar kota, bahkan ada yang melangkah hingga ke luar provinsi atau pulau. Beberapa alasan yang mendasari keputusan seseorang untuk bekerja di luar daerah antara lain adalah peluang pekerjaan yang lebih besar, ketidaktersediaan bakat di daerah asal, serta keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru dan mencoba hal-hal yang berbeda.

Pada Agustus 2024, jumlah angkatan kerja di Provinsi Jawa Tengah mencapai 21,91 juta orang, mengalami peningkatan sebesar 839,71 ribu orang jika dibandingkan dengan angkatan kerja pada Agustus 2024. Selain itu, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga menunjukkan peningkatan sebesar 2,02 persen poin, sehingga mencapai 73,74 persen pada bulan yang sama. Di Kabupaten Semarang jumlah angkatan kerja sebanyak 654.412 pekerja. Kecamatan Pringapus merupakan salah satu kawasan industri di Kabupaten Semarang, banyak perusahaan yang beroperasi di Kecamatan Pringapus terutama garment. PT Ungaran Sari Garment Pringapus merupakan

salah satu perusahaan garment yang merupakan bagian dari *Busana Apparel Group* yang memiliki total karyawan sebanyak 11.500 karyawan dan memiliki 11 pabrik yang salah satunya berada di Kecamatan Pringapus.

PT Ungaran Sari Garment Pringapus banyak menyerap tenaga kerja setiap tahunnya tidak hanya dari daerah Kabupaten Semarang, tapi juga dari luar Kabupaten Semarang. Dari serapan tenaga kerja yang banyak setiap tahunnya bahkan yang berasal dari luar daerah membuka berbagai peluang usaha, seperti rumah makan, *laundry*, retail, dan usaha properti rumah kos. Peluang usaha di sektor properti, khususnya rumah kos, merupakan salah satu bidang yang semakin tren. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya jumlah pembangunan properti rumah kos yang dilakukan oleh masyarakat di sekitarnya.

Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus terutama yang berasal dari luar daerah memerlukan tempat tinggal selama mereka bekerja. Menyewa rumah kos menjadi salah satu solusi, oleh sebab itu mereka akan mencari informasi tentang rumah kos yang ada disekitar perusahaan tempat mereka bekerja. Fenomena meningkatnya permintaan terhadap jasa penyediaan tempat kos yang tidak berimbang antara permintaan dan penawaran, menyebabkan tingginya harga sewa kamar di sekitar perusahaan yang berjarak kurang dari satu kilometer. Tingginya harga yang tidak diimbangi dengan fasilitas yang memadai mendorong karyawan, baik yang baru maupun yang lama, untuk mencari tempat kos yang berjarak lebih dari satu kilometer dengan harapan mendapatkan harga yang lebih terjangkau. Tingginya harga kos tersebut berkaitan dengan dinamika permintaan dan penawaran kos.

Pengambilan keputusan dalam pembelian adalah suatu proses yang dilakukan oleh konsumen untuk menentukan pilihan produk termasuk dalam pengambilan keputusan tempat kos. Pengambilan keputusan merupakan proses yang menggabungkan pengetahuan yang ada untuk memilih antara dua atau lebih alternatif produk yang tersedia, yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, dan pelayanan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2024) proses keputusan pembelian adalah pendekatan sistematis untuk menyelesaikan masalah yang melibatkan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan untuk membeli, serta perilaku yang terjadi setelah konsumen melakukan pembelian. Ketika menentukan pilihan kos, penting untuk mengambil keputusan yang cermat agar dapat menemukan tempat tinggal yang sesuai dengan harapan. Terdapat beberapa elemen yang harus diperhatikan oleh karyawan dalam proses pengambilan keputusan ini, yaitu elemen budaya, elemen sosial yang berhubungan dengan lingkungan sekitar seperti keluarga, tetangga, dan teman yang dapat mempengaruhi keputusan secara tidak langsung, elemen pribadi yang mencakup pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta pendapatan, dan yang terakhir adalah elemen psikologis yang mencakup motivasi, persepsi, dan kepercayaan.

Salah satu elemen penting yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah harga produk atau jasa, semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin besar nilai tukar yang akan diberikan. Namun, penetapan biaya sewa sering kali mengalami fluktuasi, karena hukum permintaan menyatakan bahwa kenaikan harga barang atau jasa akan mengakibatkan penurunan permintaan.

Sebaliknya, penurunan harga barang atau jasa akan meningkatkan permintaan. Harga merupakan sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan tersebut (Kotler & Amstrong, 2024)

Menurut Kotler dan Keller (2022), harga merupakan satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, sedangkan komponen lainnya cenderung menghasilkan biaya. Penetapan harga yang efektif perlu mempertimbangkan biaya produksi, keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas, fleksibilitas harga, serta pandangan konsumen mengenai nilai produk. Aspek ini sangat penting karena harga yang terlalu tinggi dapat membuat produk kehilangan daya saing, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat merusak persepsi kualitas produk (Kotler dan Keller, 2022).

Dalam kasus penetapan harga sewa kos berbagai hal yang perlu dipertimbangkan diantaranya adalah fasilitas yang disediakan pemilik kos, lokasi rumah kos, desain tata letak ruangan, dan penghasilan rata-rata calon penghuni kos. Penetapan harga sewa kos yang sesuai dapat memengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan menyewa kos.

Pemilik kos menghadapi beragam biaya produksi yang terus meningkat, seperti harga tanah dan bangunan yang tinggi, biaya konstruksi, biaya perizinan, pajak bumi dan bangunan (PBB), biaya utilitas (listrik, air, internet), serta biaya pemeliharaan dan perbaikan. Di kota-kota besar, biaya-biaya ini meningkat pesat, mendorong pemilik kos untuk menaikkan harga

sewa demi mencapai titik impas dan meraih keuntungan. Sedangkan, upah minimum regional (UMR) karyawan, khususnya di tingkat staf atau junior, sering kali tidak sebanding dengan peningkatan harga sewa kos. Banyak karyawan yang terpaksa mengalokasikan proporsi besar dari pendapatan mereka hanya untuk biaya tempat tinggal. Kedua hal tersebut menciptakan kesenjangan yang signifikan antara harga sewa kos yang tersedia dan daya beli para karyawan. Kos yang memenuhi syarat untuk dihuni dengan fasilitas yang memadai sering kali berada di luar kemampuan finansial sebagian besar karyawan, sehingga memaksa mereka untuk memilih opsi yang kurang ideal atau berbagi kamar guna mengurangi beban biaya. Berikut adalah variasi harga kos yang ada di Pringapus.

Tabel 1.1
Variasi Harga Kos

Nama Kos	Harga	Fasilitas	Kriteria	Jarak
Kos TRAF	Rp320.000 – Rp450.000/bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, bantal, lemari pakaian 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang cuci/jemur, mesin cuci, kulkas, kamar mandi, dapur	1 sampai 2 orang/kamar	700 m
Kos Hadi	Rp550.000/bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, bantal, lemari pakaian, kamar mandi. 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang jemur, dapur, Wi-Fi.	1 orang/kamar	1 km
Kos Ibu Siti	Rp500.000/bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, bantal, lemari pakaian, kamar mandi. 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang cuci, kulkas, dapur, Wi-Fi.	1 orang/kamar	500 m
Kos H. Kadyo	Rp400.000/bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, bantal, lemari pakaian	1 orang/kamar	650 m

Nama Kos	Harga	Fasilitas	Kriteria	Jarak
		2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang cuci/jemur, kulkas, kamar mandi, dapur		
Kos Rahma	Rp400.000/	1. Fasilitas Kamar: Kasur, spre, bantal, lemari pakaian. 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, dapur, ruang cuci/jemur, kamar mandi	1 orang/	800 m
Kos Quin	Rp450.000/ bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, bantal, lemari pakaian, kamar mandi. 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang cuci, dapur.	1 orang/ kamar	500 m
Kos Safira	Rp675.000/ bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, bantal, lemari pakaian, kamar mandi. 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang cuci, dapur, Wi-Fi.	1 orang/ kamar	150 m
Kos Ibu Sulami	Rp350.000/ bulan	1. Fasilitas Kamar: Kasur, spre, bantal, lemari pakaian, dispenser air minum. 2. Fasilitas Umum: Tempat parkir sepeda motor, ruang cuci, kulkas, kamar mandi, dapur	1 orang/ kamar	700 m

Sumber: data yang diolah 2025

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Fitria & Amrullah, 2023) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih kos. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Asnia dan Handayani memperlihatkan bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan sewa kos. Sedangkan penelitian (Amilia & Iriyani, 2020) menunjukkan hasil yang berbedab bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos. Begitu pula (Rahayu & Hartiningtyas, 2022)

mengatakan harga berpengaruh positif namun tidak signifikan sehingga dapat diartikan bahwa harga bukan satu-satunya variabel yang dipertimbangkan seseorang dalam memilih tempat kos.

Fasilitas juga menjadi alasan yang memengaruhi keputusan seorang karyawan menyewa kos. Fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang diperlukan sebelum produk atau layanan disediakan kepada konsumen (Tjiptono dalam Apriliani 2022). Dalam usaha jasa, keberadaan fasilitas sangatlah krusial. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan standar pelayanan, kelengkapan desain baik di dalam maupun di luar, serta kebersihan dalam pelayanan, terutama yang berhubungan langsung dengan persepsi pelanggan. Fasilitas merujuk pada berbagai keunggulan atau kemudahan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada para konsumen.

Dalam usaha rumah kos, fasilitas menjadi referensi bagi para calon penghuni kos untuk memilih tempat sewa. Fasilitas yang sering menjadi pertimbangan bagi karyawan dalam memilih kos, di daerah sekitar PT Ungaran Sari Garment Pringapus. Calon penghuni kos mengharapkan perlengkapan dan perabotan yang sesuai serta fungsional. Ini mencakup kasur yang nyaman, lemari yang cukup besar, meja dan kursi ergonomis untuk bekerja atau belajar, serta kipas angin atau *AC* yang berfungsi dengan baik. Di area umum, mereka berharap terdapat peralatan masak yang memadai di dapur, kamar mandi yang bersih dengan aliran air yang lancar, dan koneksi *Wi-Fi* yang stabil. Namun, dalam upaya menekan biaya, pemilik kos sering kali menawarkan perabotan dasar yang minimalis dan berkualitas rendah (seperti kasur tipis, lemari plastik, atau meja belajar kecil yang tidak ergonomis). Ada pula kos yang tidak

menyediakan perabotan sama sekali. Hal yang paling sering dikeluhkan. Karyawan sering kali menemukan kasur yang sudah kempes, lemari yang rapuh, peralatan masak tidak lengkap. *Wi-Fi* seringkali tidak stabil atau bahkan ada yang tidak menyediakan *Wi-Fi*, padahal sudah menjadi kebutuhan dasar untuk bekerja atau hiburan. Kesenjangan ini menciptakan ketidaknyamanan sehari-hari dan membuat karyawan merasa fasilitas yang diberikan tidak sepadan dengan harga yang dibayar.

Hasil penelitian yang dilakukan Paruntu, Djoni, dan Yohanes (2021) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan sewa kos. Begitu juga hasil penelitian fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dalam penelitian Suri Amilia & Iriyani (2020) mendapatkan hasil fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kamar kos.

Selain harga dan fasilitas, lokasi juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan karyawan menyewa kos. Lokasi merupakan salah satu dari elemen penting dalam bauran pemasaran yang berperan besar dalam menentukan di mana produk atau jasa akan tersedia dan bagaimana cara produk atau jasa tersebut didistribusikan kepada konsumen, begitu juga dalam pengambilan keputusan tempat kos. Lokasi merujuk pada keputusan strategi tentang di mana perusahaan harus menempatkan fasilitas fisiknya agar dapat secara efektif dan efisien menjangkau target pasar serta mencapai keunggulan kompetitif. (Tjiptono dalam Muhammad, 2024).

Lokasi mempunyai peranan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu strategi perusahaan. Lokasi yang strategis mempunyai

peranan penting dalam memfasilitasi dan memperlancar berbagai aktivitas individu. Selain itu, lokasi juga menjadi faktor krusial dalam pemilihan kos, karena dapat mempengaruhi aksesibilitas ke berbagai tempat penting seperti tempat kerja, pasar, dan area hiburan. Karyawan calon penghuni kos cenderung memilih kos yang terletak di lokasi strategis dan dekat dengan tempat-tempat yang sering mereka kunjungi. Aspek-aspek seperti keamanan lingkungan, ketersediaan transportasi umum, serta fasilitas umum di sekitar lokasi juga berkontribusi pada keputusan dalam memilih kos. Namun tak semua rumah kos yang ada berlokasi di tempat yang strategis menjadi masalah tersendiri.

Lokasi yang berdekatan dengan tempat kerja, nyaman, aman, bersih, mudah diakses, dan dekat dengan pasar adalah kriteria lokasi yang banyak dicari oleh para karyawan, karena dapat mempermudah aktivitas sehari-hari dan mengurangi biaya transportasi. Namun, tidak semua rumah kos memiliki kriteria tersebut, terlebih lagi semakin dekat rumah kos dengan fasilitas umum maka semakin tinggi harga sewanya.

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengkaji terkait dengan lokasi, seperti penelitian dari Amalia dan Iriyani (2020) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan sewa kos. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa kos. Perbedaan hasil pada penelitian Sumarni dan Wahyuni (2021) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan memilih rumah kost.

Pada penelitian Rahayu & Hartiningtyas, (2022) menunjukan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan seseorang menyewa

kos. Sejalan dengan itu penelitian leh Fitria & Amarullah (2023) juga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam menyewa kos. Maknanya semakin strategis lokasi kos maka semakin tinggi pula peluang dipilih sebagai tempat kos. Namun hasil ini bertolakbelakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzi & Daniel (2020) hasil menyatakan bahwa dari Uji t variabel lokasi tidak berpengaruh. Artinya, secara parsial lokasi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kos.

Sejalan dengan paparan yang telah diuraikan diatas bahwa masih banyak terjadi kesenjangan antar literatur, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengusung judul **“Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Sewa Kos Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.”**

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas terdapat perbedaan hasil penelitian, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh keamanan, lingkungan, dan fasilitas terhadap keputusan sewa kamar kos. Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga mempengaruhi keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus dalam menyewa kos?
2. Apakah fasilitas mempengaruhi keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus dalam menyewa kamar kos?
3. Apakah lokasi mempengaruhi keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus dalam menyewa kos?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga kos terhadap keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus menyewa kamar kos
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas kamar kos terhadap keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus menyewa kamar kos
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus menyewa kamar kos

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperdalam kajian atau literatur ilmu manajemen pemasaran, meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan pengembangan pola pikir penelitian mengenai *marketing mix*, khususnya mengenai harga, fasilitas dan lokasi. Sehingga penelitian ini dapat memberikan referensi dan pengetahuan yang memengaruhi keputusan untuk menyewa kos.

2. Manfaat Praktis

Bagi pemilik usaha kost-kostan penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan masukan untuk usaha kos-kosan miliknya mengenai harga, fasilitas, dan lokasi kos agar dapat memenuhi keinginan pasar sehingga dapat memaksimalkan peluang yang ada.

E. Definisi Operasional

1. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan tersebut (Kotler & Armstrong, 2023)..

2. Fasilitas

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono dalam Apriliani, 2022).

3. Lokasi

Lokasi merujuk pada keputusan strategi tentang di mana perusahaan harus menempatkan fasilitas fisiknya agar dapat secara efektif dan efisien menjangkau target pasar serta mencapai keunggulan kompetitif. (Tjiptono dalam Aprileny 2021).

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses keputusan pembelian adalah pendekatan sistematis untuk menyelesaikan masalah yang melibatkan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan untuk membeli, serta perilaku yang terjadi setelah konsumen melakukan pembelian (Kotler & Armstrong, 2023).

F. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang masalah yang dibahas, penulisan proposal penelitian ini dibagi dalam tiga bab, dimana

antara bab yang satu dengan bab yang lain merupakan satu kesatuan dengan uraian sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini mencakup berbagai gambaran singkat dan mencapai tujuan penulisan yang membahas mengenai: latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Dalam bab ini penulis memaparkan tentang pengertian keputusan pembelian, pengertian keamanan lingkungan, pengertian fasilitas, dan pengertian lokasi. Tinjauan pustaka, temuan penelitian, dan bahan penelitian lain yang dijadikan acuan melakukan penelitian. Serta hipotesis atau dugaan sementara.

Bab III: Metode Penelitian

Adapun yang diuraikan dalam bab ini meliputi metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis data meliputi hasil outer model, hasil inner model, dan uji hipotesis.

Bab V Penutup

Dalam Bab ini kesimpulan penelitian dari penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Selain itu pada bab ini juga berisikan saran berdasarkan hasil penelitian

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan untuk melakukan pembelian adalah sikap seseorang yang berorientasi pada pembelian atau penggunaan produk, baik barang maupun jasa, yang diyakini akan memenuhi kebutuhannya, serta kesiapan untuk menanggung risiko yang mungkin timbul. Keputusan yang diambil dalam konteks transaksi bisnis memiliki risiko yang melekat. Dengan demikian, pengambilan keputusan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk tingkat kepercayaan, pengalaman, relasi, dan informasi yang tersedia. Menurut Kotler dan Armstrong, proses keputusan pembelian adalah pendekatan sistematis untuk menyelesaikan masalah yang melibatkan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan untuk membeli, serta perilaku yang terjadi setelah konsumen melakukan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2023).

Trewatha dan Newport mendefinisikan proses pengambilan keputusan sebagai "Proses pengambilan keputusan melibatkan pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan yang ada untuk mencapai solusi terhadap masalah tertentu" (Boundless Management, 2012).

Konsumen setiap hari membuat keputusan terkait pembelian. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami pertimbangan yang diambil oleh konsumen dalam proses tersebut. Ini adalah suatu proses evaluasi dan seleksi dari berbagai alternatif yang sesuai dengan kepentingan tertentu untuk memilih opsi yang paling menguntungkan.

Kegiatan dalam memilih tempat kos yang paling sesuai merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan. Meskipun tampak sederhana, proses ini memerlukan kemampuan berpikir yang logis dan baik. Calon penghuni kos akan mencari tahu tentang berbagai hal yang ditawarkan, seperti fasilitas kamar, ketersediaan kamar mandi, listrik, air, dan harga sewa. Setelah memperoleh informasi tersebut, calon penghuni kos akan mencermati dan membandingkan satu lokasi dengan lokasi kos lainnya sebelum akhirnya menentukan tempat indekos yang akan dihuni.

b. Indikator Keputusan Pembelian

Pemilihan jasa sewa kamar kos oleh karyawan dapat dilihat melalui lima fase dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong (2023), ini dikenal sebagai "Model Lima Tahap", yaitu:

1) Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Dengan mengumpulkan informasi dan data dari sejumlah konsumen, pemasaran dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering menarik minat

terhadap suatu kategori produk. Selanjutnya, pemasaran dapat merumuskan strategi yang dapat membangkitkan minat konsumen.

2) Pencarian Informasi

Setelah mengenali kebutuhan, konsumen akan melakukan pencarian informasi terkait solusi yang mungkin ada. Tingkat pencarian informasi ini bervariasi tergantung pada jenis produk, harga, risiko yang dirasakan, dan karakteristik konsumen. Sumber informasi dapat mencakup:

- a) Sumber Pribadi: Anggota keluarga, sahabat, dan relasi.
- b) Sumber Komersial: Iklan, situs web bisnis, penjual, dan kemasan produk.
- c) Sumber Publik: Media massa, lembaga konsumen.
- d) Sumber Pengalaman: Penanganan, pemeriksaan, dan penggunaan produk sebelumnya.

3) Evaluasi Alternatif

Pada fase ini, konsumen menilai berbagai pilihan produk atau merek yang telah mereka ketahui. Proses penilaian ini sangat bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh kebutuhan serta preferensi masing-masing individu. Konsumen akan mempertimbangkan berbagai karakteristik produk yang dianggap penting dan memberikan nilai pada karakteristik tersebut. Merek-merek akan diurutkan berdasarkan pandangan konsumen terhadap karakteristik yang ada.

4) Keputusan Pembelian

Setelah mempertimbangkan berbagai alternatif, konsumen mengembangkan niat untuk memilih merek yang paling mereka sukai. Namun, terdapat dua faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian akhir:

- a) Pandangan Orang Lain: Opini dan preferensi dari orang-orang terdekat (seperti pasangan atau teman) dapat memengaruhi keputusan pembelian, terutama jika konsumen sangat menghargai pandangan mereka.
- b) Faktor Situasional: Peristiwa yang tidak terduga seperti kehilangan pekerjaan, perubahan harga yang drastis, atau ulasan negatif dari konsumen lain dapat memengaruhi niat untuk membeli.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan, yaitu:

- a) Keputusan Pasca Pembelian

Ketika kualitas produk berada di bawah yang diharapkan, konsumen mungkin akan merasa kecewa, jika kualitasnya sebanding dengan harapan, mereka akan merasa puas. Sementara jika kualitas produk lebih baik dari yang diantisipasi, kepuasan yang dirasakan akan sangat tinggi. Rasa-rasa ini akan menentukan apakah konsumen akan kembali membeli produk itu dan

berbagi pengalaman baik atau buruk tentangnya dengan orang lain.

b) Tindakan Pasca Pembelian

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk tertentu akan memengaruhi tindakan mereka selanjutnya. Jika konsumen merasa puas, mereka akan lebih cenderung untuk membeli produk itu lagi. Namun, jika konsumen merasa tidak puas, mereka mungkin akan memilih untuk membuang atau mengembalikan produk tersebut.

c) Pemakaian dan Pembuangan

Setelah konsumen melakukan pembelian, jika mereka menyimpan produk tersebut tanpa menggunakannya, hal ini mungkin menandakan bahwa produk tersebut kurang memuaskan, dan marketing harus memahami cara konsumen membuangnya.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, menurut Anang (2024):

1) Kebudayaan

Kebudayaan adalah representasi dan kenyataan yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia dan diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya sebagai penentu dan pengatur perilaku individu dalam masyarakat.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial adalah sekelompok orang yang berpotensi memengaruhi perilaku individu dalam melakukan tindakan berdasarkan kebiasaan. Terdapat tiga komponen dalam faktor sosial ini, yaitu kelompok referensi, keluarga, dan status. Kelompok referensi adalah kelompok yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah pola perilaku individu yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, yang kemudian diekspresikan melalui tindakan. Keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang khas dari masing-masing individu, termasuk jenis kelamin, usia, tahap siklus hidup, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah metode yang digunakan untuk memahami emosi individu, mengumpulkan serta menganalisis informasi, merumuskan pemikiran dan pendapat, serta mengambil tindakan. Faktor psikologis memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap, dan keyakinan

seseorang terhadap suatu produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

d. Dimensi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2024) dimensi keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1) Pilihan Produk

Dalam proses pembelian barang atau jasa, konsumen perlu membuat keputusan. Dalam hal ini, perusahaan harus lebih memperhatikan pelanggan atau calon pelanggan yang tertarik untuk membeli produk serta pilihan alternatif yang mereka evaluasi.

2) Pilihan Merek

Setiap merek memiliki karakteristik unik, yang mendorong konsumen untuk membuat pilihan dan keputusan mengenai merek yang akan mereka beli. Dalam hal ini, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih suatu merek.

3) Pilihan Penyalur

Setiap konsumen dalam melakukan pembelian produk pasti mempertimbangkan berbagai faktor yang memudahkan, seperti lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, ketersediaan barang yang memadai, kenyamanan saat berbelanja, luasnya area, dan lain-lain. Dalam hal ini,

perusahaan perlu memahami alasan di balik pilihan pelanggan terhadap suatu penyalur.

4) Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian sangat mempengaruhi kapan produk dibeli dan diproduksi, oleh karena itu perusahaan harus mengetahui waktu yang tepat bagi pelanggan untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

5) Metode Pembayaran

Dalam proses pembelian produk atau layanan, konsumen menentukan metode pembayaran yang akan digunakan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami metode pembayaran yang umum dipilih oleh konsumen, baik itu tunai maupun melalui transaksi rekening bank.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan cara membeli (Hermanto, 2024). Menurut Kotler dan Keller, harga merupakan satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, sedangkan komponen lainnya cenderung menghasilkan biaya. Harga juga berfungsi sebagai sinyal untuk menyampaikan tawaran nilai suatu produk. Harga adalah ukuran moneter atau ukuran lain yang dipertukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa.

Selain itu, harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dibandingkan dengan elemen bauran pemasaran lainnya (Kotler dan Keller, 2022).

Menetapkan harga yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan penurunan penjualan, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan (Anang, 2018). Dalam kasus penetapan harga sewa kos berbagai hal yang perlu dipertimbangkan diantaranya adalah fasilitas yang disediakan pemilik kos, lokasi rumah kos, desain tata letak ruangan, dan penghasilan rata-rata calon penghuni kos. Penetapan harga sewa kos yang sesuai dapat memengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan menyewa kos.

b. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Keller (2022) ada empat indikator harga, yaitu:

1) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi

diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4) Daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Beberapa faktor yang mempengaruhi harga menurut Halim, dkk (2021) antara lain:

1) Permintaan Pasar

Perusahaan jasa harus memahami dampak perubahan harga terhadap permintaan, yang dapat bervariasi di antara

segmen pasar yang berbeda. Konsep elastisitas permintaan memberikan wawasan tentang apakah permintaan bersifat elastis (perubahan harga kecil mengakibatkan perubahan permintaan yang lebih besar) atau inelastis (perubahan harga yang signifikan hanya sedikit mempengaruhi permintaan). Pemahaman ini sangat penting untuk menentukan harga yang sesuai.

2) Biaya

Perusahaan jasa dapat memahami berapa biaya penyediaan jasa dan variasi untuk biaya ini sepanjang periode tertentu dan berdasarkan jumlah permintaan konsumen. Dua jenis biaya utama, biaya tetap dan biaya variabel perlu diidentifikasi.

3) Persaingan

Keberadaan biaya dan perilaku penetapan harga dari kompetitor merupakan sebuah unsur yang sangat penting untuk diutamakan. Perusahaan perlu mengamati pesaing-pesaingnya agar bisa menentukan harga, biaya, serta keuntungan pada perusahaannya.

d. Dimensi Harga

Dimensi harga menurut Kotler dan Amstrong dalam Hasanawi dan Syifa sebagai berikut:

- 1) Daftar harga
- 2) Rabat (potongan harga)
- 3) Potongan harga khusus (*allowance*)

4) Periode Pembayaran

3. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah alat yang berfungsi untuk menjaga kelancaran yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan meningkatnya kualitas dan jumlah fasilitas yang ditawarkan kepada pelanggan, kepuasan pelanggan pun akan bertambah. Sarana ini memiliki hubungan langsung dan berperan sebagai pendukung utama dalam aktivitas, menjadikannya atribut yang krusial bagi perusahaan (Susilowati, 2020). Fasilitas adalah kebutuhan dan juga harapan bagi para penghuni untuk bisa merasakan kenyamanan, baik itu bersifat fasilitas konkrit secara fisik ada maupun fasilitas yang bisa dirasakan walau bentuk bendanya tak Nampak (non fisik). Fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang diperlukan sebelum produk atau layanan disediakan kepada konsumen (Tjiptono, 2022).

Fasilitas yang berkualitas dapat berkontribusi pada diferensiasi layanan. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif, perusahaan yang mampu menyediakan fasilitas yang unggul akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya. Fasilitas yang memadai tidak hanya memberikan kenyamanan fisik, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional serta kualitas interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus berinovasi dalam penyediaan fasilitas yang mendukung

layanan mereka untuk memenuhi dan melampaui ekspektasi pelanggan (Wirtz & Lovelock, 2016).

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang sangat penting dalam dunia usaha yang dapat memengaruhi keputusan konsumen. Untuk itu, setiap pemilik rumah kos perlu memperhatikan semua fasilitas yang dirasakan secara langsung oleh para konsumennya. Seperti kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior dan juga kebersihan.

b. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono dalam Khanza (n.d.) aspek yang menjadi indikator fasilitas, antara lain:

1) Perencanaan Spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lainnya dipertimbangkan, digabungkan, serta dikembangkan untuk menarik respons intelektual dan emosional dari pengguna atau pengamat.

2) Perencanaan Ruang

Aspek ini meliputi perencanaan interior dan arsitektur, termasuk penataan furnitur dan perlengkapannya dalam suatu ruangan, desain aliran sirkulasi, dan sebagainya. Penempatan ruang tunggu harus diperhatikan tidak hanya dari segi kapasitas, tetapi juga dari segi penataan furnitur atau perlengkapan tambahan.

3) Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan/perabotan berperan sebagai alat yang memberikan kenyamanan, berfungsi sebagai dekorasi, atau sebagai infrastruktur pendukung untuk penggunaan barang oleh pelanggan.

4) Unsur Pendukung

Fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya unsur pendukung seperti, kamar mandi, dapur, Wi-Fi, tempat parkir kendaraan

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi fasilitas menurut Tjiptono dalam Rahayu (2022) antara lain:

- 1) Ketersediaan dan kebutuhan akan ruang
- 2) Keleluasaan
- 3) Estetika
- 4) Masyarakat dan lingkungan sekitar
- 5) Biaya konstruksi dan operasi

d. Dimensi Fasilitas

Menurut Kotler dan Armstrong (2024) adalah sebagai berikut:

- 1) Kondisi fasilitas
- 2) Kelengkapan
- 3) Desain Interior
- 4) Desain eksterior

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi diartikan sebagai tempat fisik perusahaan yang berada di area tertentu. Lokasi merupakan aspek penting dalam bisnis, karena keputusan yang keliru dapat mengakibatkan kerugian. Pemilihan tempat layanan harus dilakukan dengan hati-hati, mengingat aksesibilitas lokasi sangat berpengaruh terhadap kedatangan konsumen (Vidiati dkk, 2023). Lokasi merujuk pada keputusan strategi tentang di mana perusahaan harus menempatkan fasilitas fisiknya agar dapat secara efektif dan efisien menjangkau target pasar serta mencapai keunggulan kompetitif (Tjiptono dalam Muhammad 2024).

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 karyawan dalam memilih kos tersebut. Begitu sebaliknya, semakin sulit dijangkau lokasi kos tersebut, maka semakin berkurang minat karyawan dalam memilih kos tersebut.

b. Indikator Lokasi

Tjiptono dalam Aprileny (2021) mengidentifikasi lokasi melalui aspek-aspek sebagai berikut:

1) Akses

Lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.

2) Visibilitas

Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

3) Tempat parkir

Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

4) Lingkungan.

Daerah sekitar yang mendukung terhadap usaha yang ditawarkan.

5) Pesaing

Dalam menentukan lokasi yang perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat pesaing lainnya.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Tjiptono dalam Vidiati dkk (2022) lokasi dapat diidentifikasi antara lain:

- 1) Tingkat produktivitas
- 2) Risiko perputaran uang
- 3) Biaya
- 4) Kondisis politik dan budaya
- 5) Kedekatan dengan pasar

d. Dimensi Lokasi

Menurut Tiptono (2022) dimensi lokasi anatara lain sebagai berikut:

- 1) Aksesibilitas
- 2) Visibilitas
- 3) Lingkungan
- 4) Tempat parkir
- 5) Pesaing

B. Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melaksanakan penelitian ini, peneliti mencari referensi dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas tujuan penelitian ini. Berikut adalah beberapa jurnal yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Antara lain sebagai berikut

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Suri Amilia dan Iriyani (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Sewa Kamar Kost Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra	1. Lokasi (X1) 2. Harga (X2) 3. Fasilitas (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	Penelitian ini menunjukan hasil bahwa secara parsial variabel lokasi dan harga tidak berpengaruh signifikan, sedangkan fasilitas memiliki pengaruh signifikan. Meski demikian secara simultan lokasi, harga, dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan sewa kos.
2.	Winda Puswining Rahayu dan Lativa	1. Lokasi (X1) 2. Harga (X2)	Hasil memperlihatkan bahwa harga dan

No.	Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Hartiningtyas (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa MBS Dalam Menyewa Kamar Kost	3. Fasilitas (X3) 4. Kenyamanan (X4) 5. Keputusan Pembelian (Y)	kenyamanan secara parsial berpengaruh positif, sedangkan lokasi dan fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan harga, lokasi, fasilitas, dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos.
3.	Fitria dkk.(2023). Analisis Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Indekos Daerah Sekitar Kampus UIN Raden Intan Lampung	1. Lokasi (X1) 2. Harga (X2) 3. Keputusan Pembelian (Y)	Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan sewa kos.
4.	Ayu Asnia dan Tri Handayani (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Kost Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis	4. Lokasi (X1) 5. Harga (X2) 6. Keputusan Pembelian (Y)	Penelitian ini mengatakan bahwa baik secara parsial maupun simultan lokasi dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa kos.
5.	Muarif Fauzi Syafrani Daniel (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak	1. Harga (1X) 2. Lokasi (2X) 3. Bukti Fisik (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	berpengaruh signifikan, sedangkan secara simultan harga, lokasi, dan bukti fisikm memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan sewa kos.
6.	Khoirun Nisak, Pardiman, Kartikam dan Rose Rachmadi Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Rumah Kos (Studi Kasus Pada	1. Harga (X1) 2. Fasilitas Kamar (X2) 3. Keamanan (X3) 4. Lingkungan Sosial (X4)	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa, harga, fasilitas kamar, keamanan, lingkungan sosial, kondisi lingkungan, kelengkapan fasilitas

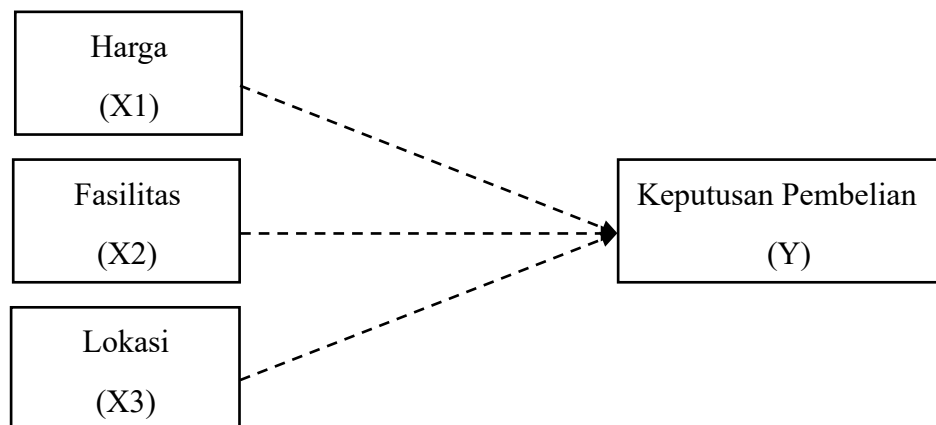
No.	Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Mahasiswa Universitas Islam Malang)	5. Kondisi Lingkungan (X5) 6. Kelengkapan Fasilitas Umum (X6) 7. Keputusan Pembelian (Y)	umum berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih kos.
7.	Mutia Sumarni dan Sri Wahyuni (2021). Determinan Keputusan Mahasiswa Ekonomi Syariah Memilih Rumah Kost (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Langsa)	1. Harga (X1) 2. Lokasi (X2) 3. Kondisi (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	Dalam penelitian ini didapati bahwa harga, lokasi, dan kondisi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih rumah kos.
8.	Jasmine Putri Anjani, Wikanso, Dwi Nila Andriani (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pemilihan Indekos Pada Mahasiswa Universitas PGRI Madiun	1. Harga (X1) 2. Lokasi (X2) 3. Fasilitas (X3) 4. Kualitas Informasi (X4) 5. Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, harga, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan kos.
9.	Indira Dwina Brilliani dan Wisnu Setiawan(2023). Identifikasi Rumah Kos Dan Kontrak di Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta	1. Harga Sewa (X1) 2. Lingkungan (X2) 3. Fasilitas (X3) 4. Lokasi (X4) 5. Keamanan (X5) 6. Pelayanan (X6) 7. Keputusan Pembelian (Y)	Penelitian ini memperlihatkan bahwa, harga sewa, lingkungan, fasilitas, lokasi, keamanan, pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih kos.
10.	Ompusunggu dkk. (2022) Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Dalam Memilih	1. Harga (X1) 2. Fasilitas (X2) 3. Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, harga dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap

No.	Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Tempat Indekos Pada Mahasiswa Universitas Quality		keputusan memilih kos.

Sumber: Data yang diolah 2025.

C. Kerangka Berpikir

Mengacu pada latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus. Penelitian ini menjelaskan variabel bebas (independen) antara lain, harga (X1), fasilitas (X2), lokasi (X3) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat (dependen).



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Keterangan Gambar :

-----> : Secara Parsial

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian, di mana pertanyaan tersebut disusun dalam bentuk kalimat. Istilah sementara menunjukkan bahwa jawaban ini hanya berlandaskan pada teori yang relevan, dan belum didukung oleh data empiris

yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan kata lain, hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban teoritis untuk rumusan masalah penelitian, bukan jawaban yang bersifat empiris (Sugiyono, 2019). Hipotesis dianggap sementara karena jawaban yang dihasilkan masih berdasarkan teori, dan belum didukung oleh fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

1. H_{01} : Diduga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

H_{a1} : Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

2. H_{02} : Diduga fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

H_{a2} : Diduga fasilitas berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

3. H_{03} : Diduga lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

H_{a3} : Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungran Sari Garment.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif sebagai metode ilmiah yang mana metode kuantitatif sering kali digunakan para peneliti untuk penelitian dalam bidang ilmu sosial. Menurut Sugiyono dalam Helen (2024) metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai pendekatan filosofis yang digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan analisis data secara kuantitatif atau statistik. Penelitian kuantitatif merupakan suatu investigasi mengenai isu sosial yang didasarkan pada pengujian teori yang melibatkan variabel-variabel, diukur secara numerik, dan dianalisis menggunakan prosedur statistik untuk menilai kebenaran generalisasi prediktif dari teori tersebut, Creswell dalam Abdullah (2024).

Metode deskriptif termasuk dalam kategori metode penelitian kuantitatif yang fokus pada penggambaran atau eksplorasi situasi sosial secara menyeluruh, luas, dan mendalam (Abdullah, 2024). Metode kuantitatif berpedoman kepada angka dan statistik, oleh sebab itu penelitian kuantitatif memiliki kemampuan untuk mengubah data menjadi grafik dan diagram yang mudah diukur dengan efektif. Salah satu ciri praktisnya adalah kemampuan dalam mengukur kesadaran, membangun profil, dan menentukan kebutuhan di masa depan. Oleh karena itu, banyak judul penelitian yang dipilih fokus pada efektivitas.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih Dusun Balongsari, Kelurahan Pringapus dan Dusun Bodeoan, Desa Klepu, Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang, sebagai lokasi penelitian dikarenakan daerah tersebut merupakan daerah padat rumah kos dan berdekatan dengan PT Ungaran Sari Garment Pringapus. Sehingga para karyawan yang berasal dari luar daerah lebih banyak tersebar tinggal di daerah tersebut.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai suatu area keseluruhan yang mencakup obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan selanjutnya diambil kesimpulan (Sugiyono, 2022). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus yang tinggal di rumah kos.

2. Sampel

Sampel merujuk pada bagian atau wakil dari populasi yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi sangat besar sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh data yang ada karena memerlukan banyak biaya, waktu, dan tenaga.

Dalam penelitian ini digunakan rumus Lameshow untuk menentukan ukuran sampel. Rumus Lemeshow digunakan dengan

alasan jumlah populasi yang tidak diketahui. Adapun rumus Lameshow adalah sebagai berikut:

$$\frac{n = z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$\frac{n = z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$\frac{n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$\frac{n = 3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Dengan menggunakan rumus Lameshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merujuk pada metode pengambilan sampel. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan untuk menentukan

sampel responden adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah pendekatan yang tidak memberikan peluang yang setara bagi setiap individu atau elemen dalam populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Pendekatan ini meliputi sampling sistematis, kuota, *accidental*, *purposive*, jenuh, dan *snowball* (Sugiyono, 2022).

Kategori *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental*, yaitu metode pemilihan sampel yang secara kebetualan atau spontan. Misalnya, peneliti memilih responden yang berada di suatu lokasi tertentu. teknik karena peneliti tidak perlu membuat daftar sampel terlebih dahulu atau melakukan seleksi yang rumit sehingga lebih mudah untuk diterapkan dan rendah biaya.

Penelitian ini memanfaatkan data yang diklasifikasikan menurut sumber pengambilannya dan sifatnya, yang diuraikan sebagai berikut:

a. Data berdasarkan sumber pengambilannya

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan memanfaatkan berbagai metode pengumpulan data yang orisinal (Paramita, 2021). Pada penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal di rumah kos.

2) Data Skunder

Data skunder merupakan data yang diperoleh oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan untuk masyarakat pengguna data (Paramita, 2021). Pada penelitian ini data skunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel yang relevan dengan penelitian ini.

b. Data berdasarkan sifatnya

1) Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2022), data kualitatif adalah informasi yang diperoleh dalam bentuk verbal, visual, atau simbolis yang tidak dapat diukur secara numerik. Data ini berfungsi dalam penelitian kualitatif untuk memahami makna, perspektif, dan interpretasi dari fenomena yang diteliti.

2) Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2022), data kuantitatif adalah data yang berbentuk numerik atau data yang dapat diukur dan dinyatakan dalam angka. Data ini dapat berupa variabel atau angka yang dapat dihitung secara langsung dan digunakan dalam analisis statistik untuk menguji hipotesis dalam penelitian.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Pada dasarnya, variabel penelitian merupakan objek atau elemen yang ditetapkan oleh peneliti untuk dieksplorasi dan dipahami, dengan harapan dapat memperoleh informasi dan menyusun kesimpulan (Paramita, 2021). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang terpengaruh atau merupakan hasil dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini keputusan pembelian dijadikan sebagai variabel dependen.
- b. Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang berperan sebagai faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas yaitu:
 - 1) Harga
 - 2) Fasilitas
 - 3) Lokasi

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	Likert

Variabel	Indikator	Skala
Harga (X1)	1. Keterjangkaun harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga	Likert
Fasilitas (X2)	1. Perencanaan Spasial 2. Perencanaan Ruang 3. Perlengkapan/Perabotan 4. Unsur Pendukung	Likert
Lokasi (X3)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir 4. Lingkungan 5. Pesaing	Likert

Sumber: data yang diolah 2025.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2022).

Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur skala linkert. Skala Likert berfungsi untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam konteks penelitian, fenomena sosial ini telah ditentukan secara rinci oleh peneliti, yang selanjutnya dikenal sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2022). Instrumen dalam skala linkert terdiri atas rentang nilai dari 1 (satu) hingga 5 (lima) sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Linkert

Jenis Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat-suratan, catatan harian, laporan, dan lain-lain. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberikan peluang kepada peneliti untuk mengeksplorasi hal-hal yang telah terjadi di masa lalu. Teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk mendukung proses penelitian, sehingga dapat membantu memecahkan masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

F. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* versi 4. PLS (*Partial Least Square*) yaitu seperangkat metode analisis yang powerful, biasa disebut sebagai *Soft Modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak ada masalah *multicollinearities* antar variabel (Setibudhi, 2025).

Perangkat lunak *SmartPLS* 4 digunakan sebagai alat analisis data dalam penelitian ini, dengan jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah

≤ 30 sampel (di bawah 100 sampel) (Setiabudhi, 2025). Dengan demikian, *SmartPLS 4* merupakan alat analisis yang sesuai untuk penelitian ini, mengingat jumlah sampel yang digunakan kurang dari 100 sampel. Proses pengolahan data dengan menggunakan perangkat analisis *SmartPLS 4* terdiri dari beberapa langkah yang akan dijelaskan di bawah ini:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Metode ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas, dengan memspesifikasikan hubungan antar variabel laten dan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa *Outer Model* adalah mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel laten nya yang menghubungkan indikator dengan variabel laten nya. Ada beberapa cara untuk mengukur model pengukuran ini, antara lain sebagai berikut:

a. *Convergent validity*

Convergent validity menggunakan indikator refleksif dapat dilihat dari hubungan antara skor item atau indikator dengan skor konstraknya. Indikator individu dianggap dapat diandalkan jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Namun, dalam penelitian pengembangan skala, nilai loading antara 0,50 hingga 0,60 masih dianggap dapat diterima.

b. *Discriminant validity*

Untuk menilai apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai, penting untuk membandingkan nilai *Loading Factor* pada konstruk yang relevan dengan nilai *Loading Factor* pada konstruk

lainnya. Metode ini dievaluasi melalui *Cross Loading Factor* serta kriteria *Fornell-Larcker*.

c. *Composite reliability*

Untuk menguji keandalan suatu konstruk, tujuan utamanya adalah untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk tersebut. *Composite reliability* dapat dianggap tinggi jika nilainya lebih dari 0,7.

Tabel 3.3
Rangkuman Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
Validitas Convergent	<i>Loading Factor</i>	Lebih besar 0,70 (>0,7)
	<i>Composite Reability</i>	Lebih besar 0,70 (>0,7)
	<i>AVE</i>	Lebih besar 0,50 (>0,5)
Validitas Discriminant	<i>Cross Loading</i>	Lebih besar 0,70 (>0,7)
Reabilitas	<i>Composite Reability</i>	Lebih besar 0,70 (>0,7)
	<i>Cronbach's Alpha</i>	Lebih besar 0,70 (>0,7)

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural menggunakan aplikasi PLS, langkah pertamanya adalah dengan cara mengetahui nilai *R-Squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural ini. Perubahan nilai *R-Square* berfungsi untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh atau tidak. Dalam pengujian model struktural atau inner model yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar

kontruk. Berikut pengukuran yang harus dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

a. *R-square* (R^2)

Pengukuran ini dimulai dengan mempertimbangkan nilai *R-Square* dari masing-masing konstruk endogen yang terbentuk dan dapat menentukan kekuatan prediksi. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh terhadap hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Perubahan pada nilai *R-Square* menunjukkan adanya perubahan pada hal tersebut. Dapat disimpulkan bahwa terdapat kriteria pada nilai *R-Square* yaitu 0.75, 0.50, 0.25, yang berarti dari kriteria tersebut dapat dikatakan bahwa nilai tersebut memiliki model yang kuat, sedang, dan lemah. *R-Square* dalam PLS dapat menghasilkan variabel yang dijelaskan dalam model yang diwakili oleh jumlah varian.

b. *Path Coefficient*

Pengukuran evaluasi berikutnya adalah menguji *Path Coefisien* yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah suatu variabel memiliki arah hubungan positif atau negatif dengan variabel lainnya. Pengujian pada tahap ini dapat dinilai dengan menggunakan prosedur *Bootstrapping* pada *software smartPLS*. Ada batasan nilai dalam pengujian *Path Coefisien*, yaitu jika nilai Koefisien Jalur > 0 , maka variabel memiliki arah hubungan yang positif terhadap variabel lainnya. Sebaliknya, jika *Path Coefisien* $<$

0, maka variabel tersebut memiliki arah hubungan yang negatif terhadap variabel lainnya.

c. *Q-square predictive relevance* (Q^2)

Definisi lain dari *Q-square predictive relevance* *Predictive Relevance* disebut sebagai penggunaan kembali sampel prediktif yang merupakan pengukuran model struktural berikutnya. Pengukuran ini dilakukan untuk menyaring seberapa baik hasil pengamatan dengan prosedur blindfolding melihat nilai pada Q^2 . Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan pengamatan yang baik, namun jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa hasil pengamatan tersebut kurang baik (Kotler et al., 2022).

d. *Quality Indexes*

Evaluasi model struktural berikutnya adalah untuk mengukur indeks *Goodness of Fit* (GoF) yang merupakan salah satu indeks dalam pemodelan jalur PLS. Pengukuran indeks pada tahap ini menghasilkan validitas suatu variabel dari variabel eksogen dan variabel endogen. Indeks *Goodness of Fit* (GoF) memiliki tiga kategori penilaian, yaitu 1) 0.1 untuk nilai GoF rendah, 2) 0.25 untuk nilai GoF sedang, dan 3) 0.36 untuk nilai GoF tinggi. Di bawah ini adalah rumus untuk indeks Goodness of Fit (GoF), yaitu:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R \text{ Square}}$$

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk penelitian yang menggunakan metode analisis data PLS (*Partial Least Square*) yaitu, berdasarkan dengan

metode Bootstrapping digunakan saat mengolah model struktural yang dikembangkan oleh *Geisser and Stone*. Kemungkinan penggunaan metode *Bootstrapping* mengakibatkan berlakunya data terdistribusi bebas (*Distribution Free*) sehingga, tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (sampel minimum 30). Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat nilai probabilitas dan statistik. Uji statistik pada metode ini menggunakan statistik t atau uji t. Nilai probabilitas, nilai *PValue* dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5%. Sehingga, kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$. Pengujian dilakukan dengan *t-test*, apabila diperoleh *p-value* alpha 5%, maka data tersebut signifikan (Ghozali, 2021).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskripsi

PT Ungaran Sari Garment yang merupakan bagian dari *Busana Apparel Group* terkenal karena memproduksi berbagai jenis pakaian berkualitas tinggi, mulai dari kemeja pria hingga blus dan gaun wanita, untuk merek-merek ternama di Eropa dan Amerika Utara. PT Ungaran Sari Garments unit Pringapus merupakan unit produksi terbesar di antara 3 unit pabrik yang ada di Kabupaten Semarang, dengan total produksi mencapai 1.150.000 unit pakaian per bulan.

Tingginya angka produksi tersebut juga berpengaruh terhadap serapan tenaga kerja bahkan hingga keluar daerah. Banyaknya karyawan yang berasal dari luar daerah membuat kebutuhan akan tempat tinggal juga meningkat. Keputusan menyewa kos seringkali menjadi pilihan bagi karyawan yang membutuhkan tempat tinggal sementara selama mereka bekerja di PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Instrumen yang digunakan terdiri dari 3 bagian yaitu identitas responden sesuai kriteria dan pernyataan dari 4 variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu harga, fasilitas, lokasi, dan keputusan pembelian. Karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Jenis
Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	13	13,5%
Perempuan	83	86,5%
Total	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2025

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 83 orang atau 86,5% dari keseluruhan responden. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal di rumah kos berjenis kelamin perempuan. Dan sisanya sebanyak 13 orang atau 13,5% responden berjenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 2
Usia Responden**

Usia Responden	Jumlah	Persentase
18-22 tahun	40	42%
23-27 tahun	52	54%
≥ 28 tahun	4	4%
Total	96	100%

Sumber: Data primer diolah 2025

Tabel 4.2 memperlihatkan bahwa responden paling banyak usia antara 23 hingga 27 tahun sebanyak 52 atau 54% responden, disusul responden dengan rentang usia antara 18 sampai dengan 22 tahun berjumlah 40 responden setara 42%, dan sisanya sebanyak 4% responden berusia sama dengan atau lebih dari 28 tahun. Data

tersebut mengindikasikan bahwa karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal dirumah kos banyak yang berusia antara 23 sampai dengan 27 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4. 3
Pendapatan Responden

Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Persentase
Rp2.000.000-Rp3.000.000	89	93%
Rp3.000.000-Rp4.000.000	7	7%
Total	96	100%

Sumber: Data primer diolah 2025

Dari tabel 4.3 didapati bahwa 89 responden memiliki pendapatan per bulan antara Rp2.000.000-Rp3.000.000 atau 93% dari total responden dan sisanya sebanyak 7% memiliki pendapatan perbulan Rp3.000.000-Rp4.000.000. artinya rata-rata responden memiliki pendapatan yang sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR) Kabupaten Semarang 2025 yaitu diangka Rp2.750.136.

2. Hasil Outer Model

Analisa outer model digunakan dalam menguji pengukuran yang layak untuk dijadikan pengukuran yang valid. Dalam analisa ini dapat dilihat dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan *convergent validity* dan *discriminat validity*. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, *Rho_A*, dan *Composite Reliability*.

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity dinilai berdasarkan korelasi antar skor item dari pernyataan setiap indikator serta kontruk. Nilai ini

kemudian disebut dengan nilai uji outer loading. Jika hasil uji loading > 0.7 maka dianggap valid. Hasil nya disajikan pada tabel dan gambar berikut.

Tabel 4. 4
Hasil Outer Loadings

	Harga	Fasilitas	Lokasi	Keputusan Pembelian
X1.1	0.817			
X1.2	0.770			
X1.3	0.777			
X1.4	0.719			
X1.5	0.700			
X1.6	0.777			
X1.7	0.804			
X1.8	0.775			
X2.1		0.831		
X2.2		0.809		
X2.3		0.816		
X2.4		0.841		
X2.5		0.822		
X2.6		0.761		
X2.7		0.727		
X2.8		0.759		
X3.1			0.869	
X3.2			0.769	
X3.3			0.799	
X3.4			0.781	
X3.5			0.757	
X3.6			0.723	
X3.7			0.720	
X3.8			0.804	
Y.1				0.826
Y.2				0.779
Y.3				0.775
Y.4				0.794
Y.5				0.808
Y.6				0.778
Y.7				0.740
Y.8				0.777

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai outer loading dari masing-masing indikator pada variabel harga, fasilitas, lokasi, dan

keputusan pembelian memenuhi kriteria *convergent validity* dengan memperoleh nilai *outer loading* $\geq 0,7$. Sehingga data tersebut dinyatakan memenuhi standar validitas. Selain melihat nilai *outer loading*, dalam uji validitas juga dapat melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut ini merupakan tabel AVE untuk menguji validitas instrumen penelitian sebagai berikut:

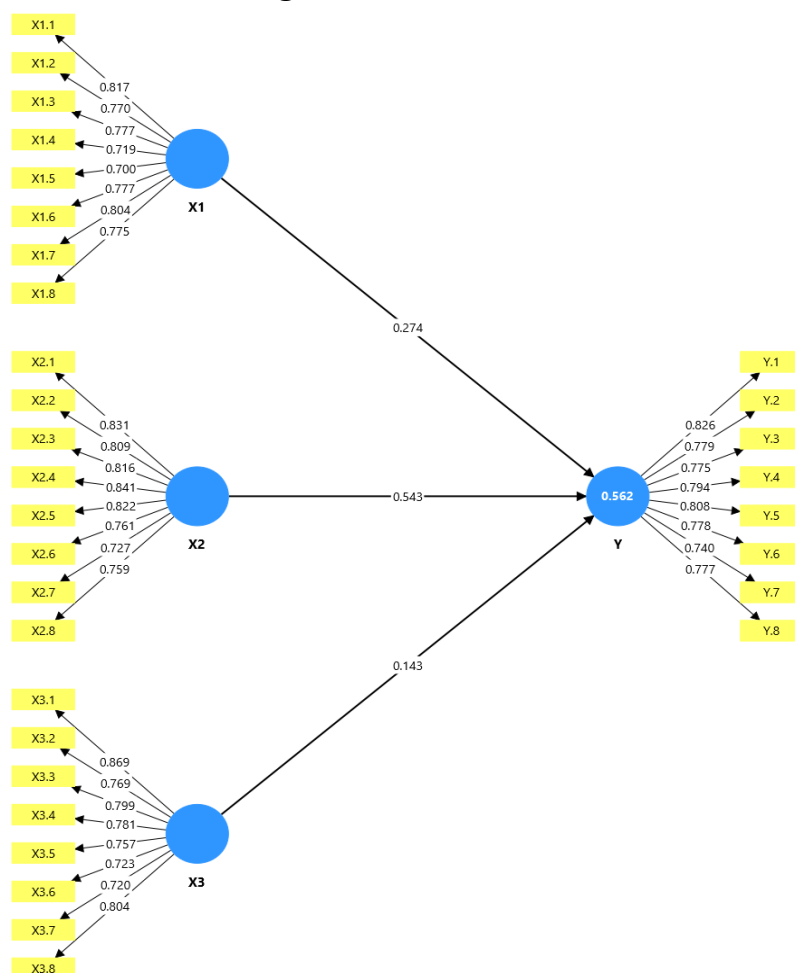
Tabel 4. 5
Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Harga (X1)	0,590	Valid
Fasilitas (X2)	0,635	Valid
Lokasi (X3)	0,607	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,616	Valid

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Pada tabel 4.6 di atas memperlihatkan bahwa semua indikator pada setiap variabel dapat dinyatakan valid atau memenuhi standar validasi dengan nilai AVE di atas 0,5 ($> 0,5$). Berdasarkan hasil dari semua variabel yang telah diuji, diketahui bahwa semuanya telah memenuhi kriteria yang ditentukan, sehingga seluruh variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil loading factor pada semua variabel dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut:

Gambar 4. 1
Hasil Loading Factor Seluruh Variabel



Sumber : Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

b. Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan memiliki tujuan untuk menguji tingkat perbedaan konstruk laten dengan konstruk lainnya, hal tersebut dapat dilihat pada nilai *Fornell Larckel Criterion*. Berikut merupakan tabel validitas melalui *fornell larckel criterion*:

Tabel 4. 6
Uji *Fornell – Larcker*

	X1	X2	X3	Y
X1	0,768			
X2	0,257	0,797		
X3	0,682	0,267	0,779	
Y	0,511	0,652	0,475	0,785

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Berdasarkan hasil uji *Fornell-Larcker* yang ditunjukkan dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji *Fornell-Larcker* memberikan keyakinan terhadap validitas diskriminan, di mana nilai akar AVE dari setiap konstruk lebih tinggi daripada nilai korelasi antara variabel laten dengan semua variabel laten lainnya.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel pada tabel Fornell-Larcker Variabel Y mempunyai akar AVE yakni sebesar 0,785 X1 mempunyai akar AVE yakni sebesar 0,768, sedangkan variable X2 memiliki akar AVE yakni 0.797, sementara pada variabel X3 memiliki akar AVE sebesar 0.779. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi standar uji validitas diskriminan.

c. Composite Reliability

Pengujian *composite reliability* digunakan untuk menguji instrumen dalam suatu model penelitian. Konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik atau tinggi jika nilai *composite reliability* atau cronbach alpha di seluruh variabel mencapai $\geq 0,7$.

Tabel 4. 7
Composite Reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,910	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,922	Reliabel
Lokasi (X3)	0,915	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,913	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Hasil tabel 4.7 menunjukkan indikator pada tiap variabel telah memenuhi syarat uji reliabilitas dengan nilai *composite reliability* > 0,7 sehingga dapat menyatakan reliabel.

Tabel 4. 8
Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,901	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,918	Reliabel
Lokasi (X3)	0,907	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,911	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel penelitian dinyatakan reliabel dan telah memenuhi standar uji. Hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* pada setiap variabel yang berada di atas 0,7 (>0,7).

3. Hasil Inner Model

a. Uji R-square (R^2)

Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh terhadap hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Perubahan pada nilai *R-Square* menunjukkan adanya perubahan pada hal tersebut. Dapat disimpulkan bahwa terdapat kriteria pada nilai *R-Square* yaitu 0.75, 0.50, 0.25, yang berarti dari

kriteria tersebut dapat dikatakan bahwa nilai tersebut memiliki model yang kuat, sedang, dan lemah. *R-Square* dalam PLS dapat menghasilkan variabel yang dijelaskan dalam model yang diwakili oleh jumlah varian.

Tabel 4. 9
Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square adjusted</i>
Keputusan Pembelian	0,562	0,548

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Nilai *R-square* variabel keputusan pembelian pada tabel diatas adalah (0,562). Hal tersebut menunjukan bahwa kekuatan variabel harga, fasilitas, dan lokasi dapat dijelaskan melalui variabel keputusan pembelain sebesar 56,2% atau dapat dikatakan masuk kedalam kategori sedang. Sedangkan 53,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

b. *Path Coefficient*

Pengukuran *path coefficient* bertujuan untuk menunjukkan seberapa kuat pengaruh dari variabel indipenden kepada variabel dependen. Kriteria nilai *path coefficient* adalah jika nilainya positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang dipengaruhi adalah searah. Nilai path coefficient berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. Dan jika nilai *path coefficient* adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya adalah berlawanan arah.

Tabel 4. 10
Path Coefficient

Variabel	Original Sampel (O)	T statistik	P Values
Harga -> Keputusan Pembelian	0,274	2,278	0,023
Fasilitas -> Keputusan Pembelian	0,543	4,113	0,000
Lokasi -> Keputusan Pembelian	0,143	1,088	0,277

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa terdapat tiga nilai *path coefficient* yaitu pada variabel X1 terhadap variabel Y 0,274, variabel X2 terhadap Y 0,543 dan variabel X3 terhadap Y 0,143 dimana semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. *t-statistic* menunjukkan nilai statistik uji t, yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *p-value*: menunjukkan tingkat signifikansi (*p-value*). Jika nilai ini kurang dari 0,05, maka hubungan dianggap signifikan secara statistik.

Harga terhadap Keputusan Pembelian, koefisien jalur: 0,274, *t-statistik*: 2,278, *p-value*: 0,023 interpretasinya yaitu harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian, koefisien jalur: 0,543, *t-statistik*: 4,113, *p-value*: 0,000 interpretasinya yaitu fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, koefisien jalur: 0,143, t-statistik: 1,088, p-value: 0,277 interpretasinya yaitu lokasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. *Q-Square Predictive Relevance (Q^2)*

Pengukuran ini dilakukan untuk menyaring seberapa baik hasil pengamatan dengan prosedur blindfolding melihat nilai pada Q^2 . Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan pengamatan yang baik, namun jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa hasil pengamatan tersebut kurang baik (Kotler et al., 2022).

Tabel 4. 11
Uji *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2)

	$Q^2_{predict}$	RMSE	MAE
Y	0.454	0.759	0.493

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Nilai Q square sebesar 0.454 termasuk dalam kategori besar atau relevan dalam konteks model PLS (*Partial Least Squares*). Nilai Q square yang lebih dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan prediksi yang baik. Secara lebih rinci, nilai Q square 0.454 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang kuat.

d. *Quality Indexes*

Indeks *Goodness of Fit* (GoF) memiliki tiga kategori penilaian, yaitu 0.1 untuk nilai GoF rendah, 0.25 untuk nilai GoF

sedang, dan 0.36 untuk nilai GoF tinggi. Di bawah ini adalah rumus untuk indeks Goodness of Fit (GoF), yaitu:

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{AVE \times R \text{ Square}} \\ \text{GoF} &= \sqrt{AVE \times R \text{ Square}} \\ &= \sqrt{\frac{(0,590+0,635+0,607+0,616)}{4}} \times 0,562 \\ &= \sqrt{0,612} \times 0,562 \\ &= 0,586 \end{aligned}$$

Nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,586, dapat ditafsirkan nilai GoF masuk kedalam kategori tinggi dan dapat dinyatakan layak.

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hasil hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan perhitungan PLS teknik *bootsrapping*. Dari perhitungan tersebut akan memperlihatkan hasil nilai *P-Value* setiap jalur atau hubungan. Hipotesis ini menggunakan pengujian *two-tailed* (dua arah) dengan nilai signifikansi $0,05/2 = 0,025$ maka rumus t-tabel adalah $df = n-k-1$ atau $96-3-1 = 92$. Berikut adalah kutipan t-tabel:

Tabel 4. 12
Titik Presentase Distribusi t α 5%

df	0,05	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
100	1.660	1.984

Dari tabel diatas maka kriteria nilai *t-statistic* adalah $>1,986$ dan sebuah hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila nilai probabilitas/signifikansi (*P Value*) $<0,05$.

Tabel dibawah ini merupakan uji hipotesis melalui uji *path coefficient* dan ditunjukkan nilai *P-Value*:

Tabel 4. 13
Hasil Analisis Jalur

Hipotesis Penelitian	Hubungan	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H1	Harga → Keputusan Pembelian	2,278	0,023	Berpengaruh Signifikan
H2	Fasilitas → Keputusan Pembelian	4,113	0,000	Berpengaruh Signifikan
H3	Lokasi → Keputusan Pembelian	1,088	0,277	Tidak Berpengaruh

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Hasil uji hipotesis pada tabel diatas dapat dijelaskan pada model dibawah ini:

a. Hipotesis 1 (H1)

H₀₁: Diduga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

H_{a1} : Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut diperoleh nilai t-hitung variabel harga (X1) sebesar $2,278 > t$ tabel 1,986 dan nilai *p-value* sebesar 0,023 kurang dari 0,05 ($0,023 < 0,05$) yang artinya variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelain (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H_{a1}) dalam penelitian ini diterima dan H_{01} ditolak.

b. Hipotesis 2 (H_2)

H_{02} : Diduga fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

H_{a2} : Diduga fasilitas berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut diperoleh nilai t-hitung variabel fasilitas (X2) sebesar $4,113 > t$ tabel 1,986 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelain (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H_{a2}) dalam penelitian ini diterima dan H_{02} ditolak.

c. Hipotesis 3 (H_3)

H_{01} : Diduga lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

H_{a1} : Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungran Sari Garment.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut diperoleh nilai t-hitung variabel lokasi (X3) sebesar $1,088 < t \text{ tabel } 1,986$ dan nilai p-value sebesar $0,277 > 0,05$ ($0,277 > 0,05$) yang artinya variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atau dapat dikatakan hipotesis kedua (H_{a3}) dalam penelitian ini diterima dan H_{03} diterima.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat bantu *software* Smart PLS 4, dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu, harga (X1) dan fasilitas (X2). Sedangkan satu variabel lain tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah lokasi (X3).

Pada hasil uji *outer model* dapat dilihat dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Hasil uji *Convergent Validity* pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua indikator dari setiap variabel memiliki nilai outer loading $> 0,7$, dengan demikian dapat diartikan seluruh indikator memiliki tingkat validitas yang tinggi. Pada tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa semua indikator pada tiap variabel dapat dinyatakan valid atau memenuhi standar validasi dengan nilai AVE diatas $0,5$ ($> 0,5$). Hasil uji *discriminant validity* dapat dilihat dari *Fornell Larckel Criterion* yaitu mendapatkan hasil uji fornell-larcker dapat menyakinkan validitas diskriminasi bahwa nilai dari akar AVE dari setiap konstruk nilainya lebih besar daripada nilai korelasi antara variabel laten dengan keseluruhan dari variabel laten lainnya. Pada uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* mendapatkan hasil diatas $0,7$ semua yang artinya reliabel.

Uji inner model menggunakan uji *R square*, *path coefficient*, *Q square*, dan *qaulity index* menggunakan GoF. Nilai *R-square* variabel keputusan pembelian pada tabel 4.9 adalah (0,562), dengan kriteria pada nilai *R-square* yaitu kuat, sedang, dan lemah secara berurutan 0.75, 0.50, 0.25, yang berarti dari kriteria tersebut dapat dikatakan bahwa nilai tersebut memiliki model yang sedang. Nilai *path coefficient* yaitu pada variabel X1 terhadap variabel Y 0,274, variabel X2 terhadap Y 0,543 dan variabel X3 terhadap Y 0,143 dimana semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. Nilai *Q square* sebesar 0.454 termasuk dalam kategori besar atau relevan dalam konteks model PLS (Partial Least Squares). Nilai *Q square* yang lebih dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan prediksi yang baik. Nilai *qaulity index* GoF memiliki kriteria rendah, sedang, dan tinggi secara berurutan 0,1, 0,25, 0,36. Dengan hasil 0,586 dapat ditafsirkan nilai GoF masuk kedalam kategori tinggi dan dapat dinyatakan layak.

Hasil analisis menunjukan pengaruh harga terhadap sewa kos adalah positif dan signifikan. Dikarenakan hasil uji hipotesis t-statistik lebih besar dari t-tabel (1,986) yaitu sebesar 2,278 dan *p-value* < 0,05 sebesar 0,023. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa kos. Harga merupakan sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan tersebut (Kotler & Amstrong, 2023). Penetapan harga yang efektif perlu mempertimbangkan biaya produksi, keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas, fleksibilitas harga, serta

pandangan konsumen mengenai nilai produk. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh, Rahayu dan Hartiningtyas (2022), bahwa harga dan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan sewa kos, Fitia dan Amrullah (2023), mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan sewa kos.

Hasil analisis menunjukkan pengaruh fasilitas terhadap keputusan sewa kos adalah positif dan signifikan. Dikarenakan hasil uji hipotesis t-statistik lebih besar dari t-tabel (1,986) yaitu sebesar 4,113 dan $p\text{-value} < 0,05$ sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa kos. Fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang diperlukan sebelum produk atau layanan disediakan kepada konsumen (Tjiptono dalam Apriliani 2022). Dalam usaha jasa, keberadaan fasilitas sangatlah krusial. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan standar pelayanan, kelengkapan desain baik di dalam maupun di luar, serta kebersihan dalam pelayanan, terutama yang berhubungan langsung dengan persepsi pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia dan Iriyani (2020) bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos, Nisak dan Rachmadi (2024) menyatakan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih kos.

Hasil analisis menunjukkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos. Dikarenakan hasil uji hipotesis t-statistik lebih kecil dari t-tabel (1,986) yaitu sebesar 1,088 dan $p\text{-value} > 0,05$ sebesar 0,277. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos. Kemungkinan para karyawan tidak begitu memperhatikan lokasi kos

asalkan harga dan fasilitas kos sesuai dengan kemampuan finansial dan kebutuhan mereka. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia dan Iriyani (2020) menunjukkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos, Rahayu dan Hartiningtyas (2022), lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, serta penjelasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan karyawan dalam memilih kos, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus dalam menyewa kos. Nilai t -hitung variabel harga (X_1) sebesar $2,278 > t$ tabel $1,986$ dan nilai p -value sebesar $0,023$ kurang dari $0,05$ ($0,023 < 0,05$) yang artinya variabel harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelain (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H_{a1}) dalam penelitian ini diterima dan H_{o1} ditolak. Artinya semakin karyawan mengetahui harga yang ditawarkan sesuai dengan yang didapatkan maka semakin meningkat pula keputusan karyawan untuk memilih kos tersebut. Begitu sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang didapatkan maka akan menurunkan keputusan karyawan untuk memilih kos.
2. Terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus dalam menyewa kos. Nilai t -hitung variabel fasilitas (X_2) sebesar $4,113 > t$ tabel $1,986$ dan nilai p -value sebesar $0,000$ kurang dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel fasilitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelain (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (H_{a2}) dalam penelitian ini diterima dan H_{o2} ditolak. Artinya semakin baik fasilitas dan sesuai dengan kebutuhan

karyawan, maka semakin meningkat pula keputusan karyawan untuk memilih kos tersebut. Begitu sebaliknya apabila fasilitas yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diinginkan maka menurunkan keputusan karyawan untuk memilih kos.

3. Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus dalam menyewa kos. Nilai t-hitung variabel lokasi (X3) sebesar $1,088 < t \text{ tabel } 1,986$ dan nilai p-value sebesar $0,277 > 0,05$ ($0,277 > 0,05$) yang artinya variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atau dapat dikatakan hipotesis kedua (Ha3) dalam penelitian ini diterima dan Ho3 diterima. Artinya lokasi tidak dipertimbangkan sebagai alasan utama karyawan memilih kos, jarak tidak begitu dipermasalahkan selagi harga dan fasilitas masih sesuai dengan kemampuan finansial karyawan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Terdapat pengaruh harga keputusan karyawan dalam memilih kos, tawaran harga yang baik oleh pemilik kos terhadap karyawan dengan menawarkan sesuatu yang sesuai dengan harga akan menimbulkan keinginan karyawan untuk memilih kos yang ditawarkan.
 - b. terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan karyawan dalam memilih kos, fasilitas yang lengkap dapat menarik perhatian karyawan untuk menyewa kos yang sedang dilihat, kos yang memiliki fasilitas yang baik akan diminati karyawan untuk dihuni.

- c. Tidak ada pengaruh lokasi terhadap keputusan karyawan dalam memilih kos, berdasarkan analisis diatas menyatakan bahwa rata-rata karyawan tidak mempermasalahkan lokasi jarak tempuh kos ke PT Ungaran Sari Garment Pringapus, karyawan tersebut lebih mementingkan harga, dan fasilitas dalam pemilihan kos untuk ditinggali.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti variabel yang sama agar menjadi acuan di waktu yang akan datang.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang berhasil disimpulkan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Berdasarkan variabel harga peneliti menyarankan untuk dengan menawarkan sesuatu yang sesuai dengan harga dan memperhatikan kemampuan finansial karyawan dalam penetapan harga sewa kos agar tidak memberatkan karyawan dalam membayar uang sewa kos
2. Berdasarkan variabel fasilitas peneliti menyarankan untuk memberikan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan karyawan dan melakukan pemeliharaan terhadap fasilitas yang ada. Supaya penghuni kos merasa nyaman.
3. Berdasarkan variabel lokasi yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos, peneliti menyarankan untuk memberikan tanda pengenal seperti papan nama rumah kos, meskipun jaraknya cukup jauh setidaknya setidaknya calon penghuni kos tau lokasi kos berada sehingga memberikan peluang dalam keputusan karyawan menyewa kos.

4. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambahkan variabel seperti keamanan, suasana, aturan kos, atau menggunakan variabel moderating seperti diskon dan kepuasan pasca pembelian kos, untuk mengembangkan penelitian mengenai keputusan mahasiswa dalam memilih kos, sehingga hasil penelitian dapat lebih baik dan lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. & Iriyani. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Sewa Kamar Kost Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 267–280. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2328>
- Anjani, J. P., & Andriani, D. N. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pemilihan Indekos Pada Mahasiswa Universitas PGRI Madiun. 2(1).
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (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). *Ikraith Ekonomika*. 4(3), 243-252.
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. 3. *EMAS*, 3(3), 217–230.
- Asnia, A., Tri, H. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Kost Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis. *Politeknik Negeri Bengkalis*
- Brilliani, I. D., & Setiawan, W. (2023). Identifikasi Rumah Kos Dan Kontrak Di Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur. Siar-IV.
- Fauzi, M., & Daniel, S. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*,.
- Fitria, Y., & Amrullah, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Indekos Daerah Sekitar Kampus UIN Raden Intan Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 4(1). <https://doi.org/10.57084/bej.v4i1.1053>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (*Third edition*). *SAGE*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of marketing (Nineteenth edition, global edition). *Pearson*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing management (Sixteenth edition, global edition). *Pearson*.

- Nisak, K., Pardiman, & Rachmadi, K., I. (2024). Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Rumah Kos (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Paruntu, J. G., Hatidja, D., & Langi, Y. A. R. (2021). Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Indekos dengan Analisis Faktor. *Jurnal Ilmiah Sains*, 21(2), 119. <https://doi.org/10.35799/jis.v21i2.28868>
- Rahayu, W. P., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Mbs Dalam Menyewa Kamar Kost. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(3), 620–631. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i3.265>
- Rizki, Lestari, & Arif. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Santi Collection Cikatomas Tasikmalaya). *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(4), 382–394. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1274>
- Setiabudhi, H. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. Borneo Novelty Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Alfabeta.
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2021). Determinan Keputusan Mahasiswa Ekonomi Syariah Memilih Rumah Kost (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Langsa). *JMAS*, vol. 2, no. 3, pp. 230-240,
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=6n6REAAAQBAJ>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (Eighth edition). World Scientific.

LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Responden

Dengan hormat,

Saya Risqi Fajar Ramadhan, mahasiswa S1 program studi Manajemen 2021 Universitas Darul Ulum Islamic Centre Surdirman GUPPI yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Untuk itu, mohon kesediaan saudara agar dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur demi kelancaran penelitian ini. Data yang di peroleh hanya di gunakan untuk kepentingan penelitian dan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan partisipasi saudara, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Risqi Fajar Ramadhan

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI

TERHADAP KEPUTUSAN SEWA KOS KARYAWAN PT UNGARAN

SARI GARMENT PRINGAPUS

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pernyataan dengan teliti dan pilih jawaban yang menurut anda sesuai.
2. Berilah tanda centang (✓) Keterangan jawaban pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Jenis Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

B. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendapatan :

☐ Rp2.000.000 – Rp3.000.000

☐ Rp3.000.000 – Rp4.000.000

a. Harga (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya memilih tempat kos dengan mempertimbangkan harga yang murah dan lebih terjangkau.					
2.	Harga sewa yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan finansial saya.					

3.	Saya memilih kos karena harga sewanya menawarkan nilai terbaik dibandingkan alternatif lain yang saya temukan.					
4.	Saya memilih tempat kos tidak hanya mementingkan harga tetapi mementingkan fasilitas					
5.	Saya mendapatkan kualitas fasilitas kos yang sebanding dengan harga sewa yang saya bayarkan.					
6.	Manfaat yang saya dapatkan dari kos ini (seperti lokasi strategis, keamanan, suasana nyaman) sepadan dengan harga sewanya.					
7.	Sebelum menyewa, saya selalu membandingkan harga, fasilitas, dan lokasi dari beberapa pilihan kos.					
8.	Saya tidak akan ragu merekomendasikan kos ini kepada teman berdasarkan pertimbangan harganya yang bersaing.					

b. Fasilitas (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya mempertimbangkan bagaimana ruangan di kos ini ditata (misalnya, koridor yang lapang, area umum yang terpisah) dalam memilih kos.					
2.	Ukuran kamar kos yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan ruang gerak dan aktivitas harian saya.					
3.	Privasi ruang dalam kamar kos terjaga dengan baik.					
4.	Saya mengutamakan kamar kos dilengkapi dengan perabotan penting seperti tempat tidur, meja, dan lemari.					
5.	kondisi kamar mandi/toilet yang tersedia di kos dirasa memadai dan bersih.					
6.	Saya sangat mempertimbangkan ketersediaan ruang bersama seperti dapur, ruang santai, dan tempat mencuci pakaian dalam memilih kos.					
7.	Kebersihan dan perawatan area umum dijaga dengan baik oleh pengelola kos.					
8.	Kos memiliki area parkir yang aman dan memadai untuk kendaraan saya					

c. Lokasi (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya mempertimbangkan lokasi kos yang dekat dengan akses yang dibutuhkan (seperti: jalan raya, warung makan, ATM dll.)					
2.	Saya mempertimbangkan jarak kos ke tempat kerja.					
3.	Saya lebih tertarik menyewa kos yang lokasinya tidak tersembunyi atau terpencil.					
4.	Saya mempertimbangkan kos mudah dikenali atau ditemukan dari jalan raya.					
5.	Saya memilih tempat kos yang memiliki tempat parkir yang luas					
6.	Lingkungan kos yang bersih dan nyaman menjadi pertimbangan bagi saya					
7.	Saya memilih tempat kos agar dapat menghemat biaya transportasi					
8.	Saya telah membandingkan lokasi kos ini dengan kos lain di sekitarnya sebelum membuat keputusan.					

d. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Sebelum memutuskan menyewa tempat kos saya terlebih dahulu mencari tau masalah disekitar tempat kos					
2.	Saya selalu melakukan riset mendalam dari berbagai sumber (aplikasi kos, grup info kos, bertanya teman, survei lokasi) sebelum memutuskan menyewa kos.					
3.	Sebelum menyewa, saya selalu membandingkan harga, fasilitas, dan lokasi dari beberapa pilihan kos.					
4.	Saya mempertimbangkan ulasan dari penghuni sebelumnya dan reputasi pemilik kos sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan.					
5.	Setelah meyakini kelayakan dan kenyamanan tempat kos saya memutuskan untuk memilih tempat kos tersebut					
6.	Saya puas dengan kondisi dan fasilitas kos setelah pindah dan menempatnya					

7.	Pelayanan dari pemilik/pengelola kos responsif terhadap keluhan atau kebutuhan saya.					
8.	Saya kemungkinan besar akan merekomendasikan kos ini kepada teman atau kenalan yang sedang mencari tempat tinggal					

Lampiran 2 Identitas Responden

No.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan Per Bulan
1	Alni alfallah	Perempuan	19 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
2	Fina Setianingsih	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
3	Fita rismaefi	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
4	Ikrima Fadila	Perempuan	26 tahun	Rp3.000.000-4.000.000
5	Andini Dwi Pramesti	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
6	Oktavia Ananda	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
7	Eni Lestari	Perempuan	19 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
8	Nur Fitasari	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
9	dini rahmawati	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
10	Ema Maryana	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
11	Ratna Sari	Perempuan	27 tahun	Rp3.000.000-4.000.000
12	Dela Indriyana	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
13	Dian Faticha Putri	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
14	Qotrun Nada	Perempuan	19 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
15	Linda Saputri	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
16	Retno Hangraeni	Perempuan	26 tahun	Rp3.000.000-4.000.000
17	Puandra Garil	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
18	Eva Nur Setriani	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
19	Erika Sari	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
20	Anisa Wulandari	Perempuan	19 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
21	Nur Chanifah	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
22	Mufida Hasna	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
23	Khairani Azzahra	Perempuan	18 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
24	Maroatus Sholihah	Perempuan	28 tahun	Rp3.000.000-4.000.000

25	Ida Royani	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
26	Siti Amanah	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
27	Alya Niken	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
28	Naurah Mardiyah	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
29	Dzirwatus Silma	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
30	Diva Putri Arshanti	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
31	Rio Ardiansyah	Laki-laki	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
32	Kamilia Ulya	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
33	Karimatus Sa'diyah	Perempuan	18 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
34	Sri Indarti	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
35	Yuyun Fitria	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
36	Nafisa Izza Ayuningtyas	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
37	Laila indana yulfa	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
38	Listyani	Perempuan	28 tahun	Rp3.000.000-4.000.000
39	Citra Angga Indira	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
40	Alisha Sahnis	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
41	Syafa Naurah	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
42	Rizqina kamila	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
43	Yunira munjaroah	Laki-laki	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
44	Ashar Misbahkul	Laki-laki	27 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
45	Muhammad Makrup	Laki-laki	28 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
46	Evi nafisah	Perempuan	26 tahun	Rp3.000.000-4.000.000
47	Nadia Alfiana	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
48	Dyah Ayu Wulandari	Perempuan	27 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
49	Arin ana rina	Perempuan	26 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
50	Fahma Choirurohmi	Perempuan	20 tahun	Rp2.000.000-3.000.000

51	Maghfiroh Rizky	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
52	Nurul nabila	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
53	Aderia Lusiana	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
54	Retha Fatmala	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
55	Nur Janah	Perempuan	26 tahun	Rp3.000.000-4.000.000
56	Jihan Nabila	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
57	Doddy munawar	Laki-laki	28 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
58	Novi Saputro	Laki-laki	27 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
59	Meli Anistya	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
60	Firda Ahsana	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
61	Yunita Munjaroah	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
62	Dewi saputri	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
63	Dewi Larasati	Perempuan	27 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
64	Nila Rifatul Ulya	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
65	Rinto Saparingga	Laki-laki	27 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
66	Ahmad Afifudin	Laki-laki	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
67	Zola Febriana	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
68	Rona Nurfiana	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
69	Rikhana Salwa Jannatunisa	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
70	Barotut Taqiyah	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
71	Muhammad Riduan	Laki-laki	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
72	Lailatul Masrohah	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
73	Iga Auliya	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
74	Supriyan Harianto	Laki-laki	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
75	Ivan Arviandi	Laki-laki	26 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
76	Bayu Afif Setiadi	Laki-laki	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000

77	Kisananto	Laki-laki	26 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
78	Adinda Harnum	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
79	Dena Safitri	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
80	Astika Novita	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
81	Silmi Kaffa	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
82	Heru prestyo	Laki-laki	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
83	Vira Almahira	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
84	Sherly Gita Ananda	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
85	Milati Azka	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
86	Durotul Aliyah	Perempuan	22 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
87	Diah Resti	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
88	Laali Azzatun Nazihah	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
89	Inez Anindita	Perempuan	24 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
90	Aulia Rachma Virgina	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
91	Ike Kumala Sindi	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
92	Cut Fitriani	Perempuan	21 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
93	Maratul Azizah	Perempuan	26 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
94	Ina Febrianti	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
95	Melina Tri Widiyanti	Perempuan	23 tahun	Rp2.000.000-3.000.000
96	Ika kumala sari	Perempuan	25 tahun	Rp2.000.000-3.000.000

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban 96 Responden

1. Tabulasi Data Variabel Harga (X1) 96 Responden

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
1	5	5	5	4	5	4	5	5
2	3	3	4	2	4	3	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4
5	5	4	5	4	4	5	5	5
6	5	4	4	5	4	5	5	4
7	3	4	3	4	3	4	4	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	3	3	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	3	4	2	3
12	4	4	4	3	4	4	3	4
13	5	5	4	4	3	4	4	5
14	4	5	3	5	4	4	4	5
15	5	4	4	4	4	4	4	4
16	5	4	4	4	5	4	4	5
17	5	4	5	4	2	4	4	4
18	4	5	5	4	4	4	4	4
19	4	5	4	4	4	5	4	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	4	5	3	4	4	5	5
22	4	4	5	4	4	4	5	4
23	5	5	5	4	4	4	4	4
24	4	5	5	5	4	4	5	5
25	5	5	5	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	3	4	4	4
27	4	5	4	3	3	4	3	4
28	5	4	4	4	5	5	5	5
29	3	4	4	4	4	3	3	4
30	4	4	4	5	5	4	4	4
31	4	4	4	4	4	3	4	4
32	4	4	5	5	4	4	4	4
33	5	5	5	4	4	5	5	4
34	4	4	5	5	5	5	5	5
35	4	2	4	4	4	2	3	3
36	4	4	5	4	4	5	4	4
37	5	4	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	4	4	5	4	4
40	4	4	4	4	4	5	4	4
41	4	4	4	4	3	5	4	4
42	4	4	4	4	4	5	5	4
43	4	4	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	5	5	5
45	4	4	3	4	4	4	4	4
46	5	5	5	4	5	4	4	5
47	5	5	5	4	4	5	5	5

48	4	4	4	4	4	5	4	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	2	4	4	5	5
52	5	4	4	3	4	4	5	3
53	5	5	5	4	4	5	5	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	4	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	4	5	5	5
57	5	5	4	4	4	5	5	4
58	5	5	5	5	5	4	4	4
59	4	4	5	5	5	5	5	4
60	4	4	5	4	4	5	4	4
61	4	4	4	3	4	5	5	4
62	5	4	5	5	5	4	5	4
63	3	3	3	4	4	4	4	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	3	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	5	5	5	4	4
67	3	3	3	4	4	4	4	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	5	5	4	4	5	5	5
71	5	4	5	4	4	4	4	4
72	5	4	4	4	4	5	5	5
73	5	5	4	4	4	3	5	5
74	4	5	5	5	4	4	4	4
75	4	5	4	5	5	4	4	4
76	2	3	3	1	3	2	3	3
77	4	4	3	3	3	4	4	4
78	4	4	4	2	3	2	2	3
79	4	4	4	5	4	4	5	5
80	5	4	4	4	5	5	5	5
81	3	4	3	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	5	5	4	5	5	5
85	1	1	2	2	3	2	2	3
86	4	4	5	5	5	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5	5	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	4	4	4
90	4	4	4	4	4	5	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	4	5	5	5	5	5
93	5	5	5	4	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5

1. Tabulasi Data Variabel Fasilitas (X2) 96 Responden

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	3	5	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	3	4
7	5	4	4	3	3	1	4	5
8	4	4	5	5	5	5	4	4
9	5	4	5	5	5	4	4	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	4	5	4	4	5
12	4	5	4	5	4	5	4	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	4	4	4	4	4	4	4
15	4	3	3	4	5	4	5	5
16	5	4	5	4	4	5	5	5
17	5	4	4	5	4	5	5	4
18	3	4	3	4	3	4	4	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	3	3	3	3	3	3	3	3
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	3	4	2	3
26	4	4	4	3	4	4	3	4
27	5	5	4	4	3	4	4	5
28	4	5	3	5	4	4	4	5
29	5	4	4	4	4	4	4	4
30	5	4	4	4	5	4	4	5
31	5	4	5	4	2	4	4	4
32	4	4	4	3	3	4	4	4
33	4	4	4	4	5	4	5	5
34	4	4	5	4	5	4	4	5
35	5	4	4	4	4	4	5	4
36	5	5	4	4	4	5	5	5
37	5	5	4	5	4	5	4	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	5	5	4	4	5	3
40	4	3	4	4	4	4	5	5
41	4	3	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	5	4	5	5	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	5	4	4	4	2	5	5
45	4	3	3	4	3	5	4	4
46	5	5	4	5	5	5	4	5
47	4	4	4	5	4	5	4	5
48	4	4	4	4	5	4	4	4

49	4	4	5	5	5	4	5	4
50	5	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	4	5	5	4	5	4
52	4	3	4	5	4	4	4	3
53	5	4	4	5	4	5	5	5
54	5	5	4	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	5	5	5	5	4
57	4	4	4	5	4	4	5	4
58	4	4	4	4	4	5	5	5
59	4	4	3	5	3	5	5	4
60	4	4	4	4	4	4	5	5
61	5	5	5	4	4	4	4	4
62	5	5	5	4	4	4	5	5
63	5	5	5	4	5	5	5	5
64	5	4	5	5	5	5	5	5
65	5	4	4	4	5	5	5	5
66	5	5	4	5	5	5	5	5
67	3	3	4	4	3	3	2	3
68	4	4	4	3	3	3	3	3
69	5	5	4	5	5	5	5	5
70	4	4	4	5	4	4	5	4
71	5	5	5	5	4	4	5	5
72	5	5	4	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	4	4	5	5	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4	4	4
76	1	3	2	2	3	3	5	3
77	4	4	4	4	3	5	5	3
78	3	3	1	3	2	3	2	3
79	5	4	4	5	5	5	5	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4
81	2	3	1	2	2	2	4	4
82	5	5	5	5	4	5	5	5
83	5	4	5	5	5	5	5	4
84	2	2	1	1	2	3	2	1
85	5	4	5	5	5	5	5	4
86	5	5	5	5	4	4	4	5
87	5	4	5	5	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	4
93	4	5	5	5	5	5	5	4
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5

2. Tabulasi Data Variabel Lokasi (X3) 96 Responden

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
1	5	5	5	5	5	4	4	5
2	4	3	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4	5	4
6	4	4	4	3	5	4	4	4
7	4	5	4	1	3	2	5	4
8	5	4	5	5	5	5	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	3	4	5	5	4
11	4	4	4	2	4	5	4	4
12	5	5	5	4	4	4	4	5
13	4	4	5	5	5	4	4	4
14	5	5	5	5	5	3	4	5
15	5	4	5	5	4	5	5	5
16	4	3	3	4	5	4	5	5
17	5	4	5	4	4	5	5	5
18	5	4	4	5	4	5	5	4
19	3	4	3	4	3	4	4	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	3	3	3	3	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	3	4	2	3
24	4	4	4	3	4	4	3	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	4	4	4	4	5	4
27	5	5	4	4	4	5	5	5
28	5	5	4	5	4	5	4	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	5	5	5	4	4	5	3
31	4	3	4	4	4	4	5	5
32	4	3	4	4	4	4	4	4
33	5	4	4	5	4	5	5	4
34	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	2	4	4	4	2	3	3
36	4	4	5	4	4	5	4	4
37	5	4	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	4	4	5	4	4
40	4	4	4	4	4	5	4	4
41	4	4	4	4	3	5	4	4
42	4	4	4	4	4	5	5	4
43	4	4	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	5	5	5
45	4	4	3	4	4	4	4	4
46	5	5	5	4	5	4	4	5
47	5	5	5	4	4	5	5	5
48	4	4	4	4	4	5	4	4

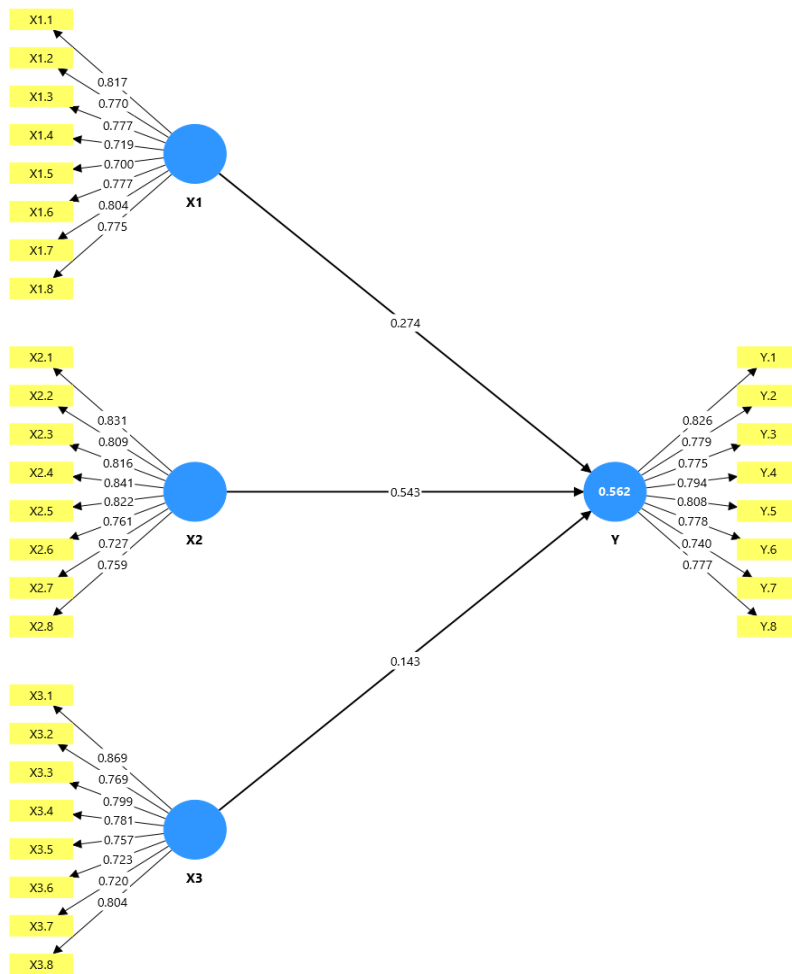
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	2	4	4	5	5
52	5	4	4	3	4	4	5	3
53	5	5	5	4	4	5	5	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	4	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	4	5	5	5
57	5	5	4	4	4	5	5	4
58	5	5	5	5	5	4	4	4
59	4	4	5	5	5	5	5	4
60	4	4	5	4	4	5	4	4
61	4	4	4	3	4	5	5	4
62	5	5	5	4	4	4	4	5
63	5	5	4	5	5	5	5	5
64	5	4	4	4	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	3	2	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	5
69	5	5	4	4	5	5	5	4
70	5	5	5	4	5	5	5	5
71	5	4	5	4	4	4	4	4
72	5	4	4	4	4	5	5	5
73	5	5	4	4	4	3	5	5
74	4	5	5	5	4	4	4	4
75	4	5	4	5	5	4	4	4
76	2	3	3	1	3	2	3	3
77	4	4	3	3	3	4	4	4
78	4	4	4	2	3	2	2	3
79	4	4	4	5	5	4	4	4
80	5	4	4	4	4	5	5	4
81	3	4	3	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	4	4	5
83	4	4	4	4	3	5	4	4
84	4	5	5	5	4	5	5	5
85	1	1	2	1	3	2	2	1
86	4	4	5	5	5	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5	5	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	4	4	4
90	4	4	4	4	4	5	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	4	5	5	5	5	5
93	5	5	5	4	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5

3. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y) 96 Responden

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	3	5	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	3	4
7	5	4	4	3	3	1	4	5
8	4	4	5	5	5	5	4	4
9	5	4	5	5	5	4	4	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	4	5	4	4	5
12	4	5	4	5	4	5	4	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	4	4	4	4	4	4	4
15	4	3	3	4	5	4	5	5
16	5	4	5	4	4	5	5	5
17	5	4	4	5	4	5	5	4
18	3	4	3	4	3	4	4	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	3	3	3	3	3	3	3	3
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	3	4	4	3	3	4	4
23	5	4	4	4	4	5	4	4
24	5	4	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	4	4	3	4	4
26	5	4	5	3	5	4	4	4
27	4	5	4	4	4	4	4	4
28	5	5	4	4	4	5	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	3	4	2	3
33	4	4	4	3	4	4	3	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	4	4	4	4	5	4
36	5	5	4	4	4	5	5	5
37	5	5	4	5	4	5	4	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	5	5	4	4	5	3
40	4	3	4	4	4	4	5	5
41	4	3	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	5	4	5	5	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	5	4	4	4	2	5	5
45	4	3	3	4	3	5	4	4
46	5	5	4	5	5	5	4	5
47	4	4	4	5	4	5	4	5
48	4	4	4	4	5	4	4	4
49	4	4	5	5	5	4	5	4

50	5	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	4	5	5	4	5	4
52	4	3	4	5	4	4	4	3
53	5	4	4	5	4	5	5	5
54	5	5	4	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	5	5	5	5	4
57	4	4	4	5	4	4	5	4
58	4	4	4	4	4	5	5	5
59	4	4	3	5	3	5	5	4
60	4	4	4	4	4	4	5	5
61	5	5	5	4	4	4	4	4
62	5	5	5	4	4	4	5	5
63	5	5	5	4	5	5	5	5
64	5	4	5	5	5	5	5	5
65	5	4	4	4	5	5	5	5
66	5	5	4	5	5	5	5	5
67	3	3	4	4	3	3	2	3
68	4	4	4	3	3	3	3	3
69	5	5	4	5	5	5	5	5
70	4	4	4	5	4	4	5	4
71	5	5	5	5	4	4	5	5
72	5	5	4	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	4	4	5	5	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4	4	4
76	1	3	2	2	3	3	5	3
77	4	4	4	4	3	5	5	3
78	3	3	1	3	2	3	2	3
79	5	4	4	5	5	5	5	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4
81	2	3	1	2	2	2	4	4
82	5	5	5	5	4	5	5	5
83	4	4	4	4	5	5	4	4
84	5	4	5	5	5	5	5	5
85	1	3	4	4	4	1	2	1
86	5	4	5	5	5	4	5	5
87	5	5	5	5	4	5	5	5
88	3	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	4	5	5	5
90	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	5	5	5	5	5	4
93	4	5	5	5	5	5	5	4
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 4 Hasil Pengolahan SmartPLS 4



1. Outer Loadings

	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.817			
X1.2	0.770			
X1.3	0.777			
X1.4	0.719			
X1.5	0.700			
X1.6	0.777			
X1.7	0.804			
X1.8	0.775			
X2.1		0.831		
X2.2		0.809		
X2.3		0.816		
X2.4		0.841		
X2.5		0.822		

X2.6		0.761		
X2.7		0.727		
X2.8		0.759		
X3.1			0.869	
X3.2			0.769	
X3.3			0.799	
X3.4			0.781	
X3.5			0.757	
X3.6			0.723	
X3.7			0.720	
X3.8			0.804	
Y.1				0.826
Y.2				0.779
Y.3				0.775
Y.4				0.794
Y.5				0.808
Y.6				0.778
Y.7				0.740
Y.8				0.777

2. AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.901	0.910	0.920	0.590
X2	0.918	0.922	0.933	0.635
X3	0.907	0.915	0.925	0.607
Y	0.911	0.913	0.928	0.616

3. Path Coefficient

	X1	X2	X3	Y
X1				0.274
X2				0.543
X3				0.143
Y				

4. R-Square (R^2)

	R-square	R-square adjusted
Y	0.562	0.548

5. Q-Square (Q^2)

	Q^2_{predict}	RMSE	MAE
Y	0.454	0.759	0.493

6. Hipotesis (*Bootstrapping*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ($ O/STDEV $)	P values
X1 -> Y	0.274	0.259	0.120	2.278	0.023
X2 -> Y	0.543	0.557	0.132	4.113	0.000
X3 -> Y	0.143	0.142	0.132	1.088	0.277

Lampiran 5 T Tabel Untuk Alpha α 5

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
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
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Risqi Fajar Rmadhan
NIM : 21510092
Jurusan : S1 Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN SEWA KOS
KARYAWAN PT UNGARAN SARI GARMENT
PRINGAPUS

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ungaran, 9 Agustus 2025
Yang menyatakan



Risqi Fajar Rmadhan
NIM. 21510092



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini, Kamis, tanggal 21 Agustus 2025 berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 191/A.I/6/IX/2024 tanggal 21 September 2024 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi :

1. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu S.E., M.Si.
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, S.E., M.M.
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Risqi Fajar Ramadhan
NIM : 21510092
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Sewa Kos Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
01	Penunjukan Dosen Pembimbing	3 Oktober 2024	
02	Penyusunan Proposal Skripsi	30 April 2025	
03	Instrumen penelitian	08 Juni 2025	
04	Ijin Pelaksanaan Penelitian		
05	Pengumpulan Data	25 Juli 2025	
06	Analisis Data	04 Agustus 2025	
07	Penyusunan Laporan/Skripsi	11 Agustus 2025	

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dosen Pembimbing Utama,

Dr. Sri Rahayu S.E., M.Si.
NIDN. 0606056901

Dosen Pembimbing Pendamping

Nunuk Supraptini, S.E., M.M.
NIDN. 0614086601

Mengetahui
Dekan Ekonomi UNDARIS,

M. Arif Rakhman, S.E., M.E.
NIDN. 0614068702



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULMU ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Kamis, tanggal 21 Agustus 2025 pukul 13.30 WIB, berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 247/A.I/5/VIII/2025 tanggal 20 Agustus 2025 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kuniati, S.E., M.M.
Jabatan Akademik : Guru Besar
Pangkat / Golongan: Pembina Utama Muda, IV/c
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu S.E., M.Si.
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, S.E., M.M.
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Risqi Fajar Ramadhan

NIM : 21510092

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Sewa Kos Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 87.27 Equivalent = A

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Penguji,

Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi K., S.E., M.M.
NIDN. 0606096201

Anggota,

Dr. Sri Rahayu S.E., M.Si.
NIDN. 0606056901

Anggota,

Nunuk Supraptini, S.E., M.M.
NIDN. 0614086601

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi UNDARIS,

M. Arif Rakhman, S.E., M.E.
NIDN. 0614068702

**KARTU BIMBINGAN PENULISAN TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNDARIS
PRODI MANAJEMEN**

Nama Mahasiswa
NIM
Fakultas/Prodi
Pembimbing Utama
Pembimbing Pendamping
Judul Skripsi

Risqi Fajar Ramadhan
21510092
Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
Nunuk Supraptini, SE., MM
*Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap
Keputusan Sewa Kos Karyawan PT Ungaran Sari Garment
Pringapus*

No	Tanggal Konsultasi	Keterangan Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	25-10-24	ACC judul	<i>[Signature]</i>
2	25-10-24	ACC Jurnal	<i>[Signature]</i>
3	14-11-24	Revisi Latar belakang	<i>[Signature]</i>
4	16-01-25	Ganti Judul	<i>[Signature]</i>
5	30-01-25	ACC Jurnal	<i>[Signature]</i>
6	30-04-25	ACC Jurnal	<i>[Signature]</i>
7	24/05/25	Revisi Latar belakang, lanjut bab 2.8	<i>[Signature]</i>
8	02/06/25	Revisi Bab 1 - <i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9	10/06/25	Revisi Latar belakang	<i>[Signature]</i>
10	17/06/2025	Lanjut bab 2.83	<i>[Signature]</i>
11	01-07-2025	Revisi bab 3	<i>[Signature]</i>
12	02-07-2025	Revisi	<i>[Signature]</i>
13	08-07-2025	ACC	<i>[Signature]</i>
14	09-07-2025	ACC proposal	<i>[Signature]</i>
15	11-08-2025	Revisi Bab 4-5	<i>[Signature]</i>
16	11-08-2025	Revisi Bab 4-5	<i>[Signature]</i>
17	13-08-2025	ACC Skripsi	<i>[Signature]</i>
18	16-08-2025	ACC Skripsi	<i>[Signature]</i>
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30	Telah Disetujui Dosen Penguji Proposal		

Mengetahui
Ketua Program Studi



[Signature]
Pitaloka Dharma Ayu, S.E., M.BA
NIDN.0617028803