

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di sektor jasa saat ini terus mengalami perkembangan yang pesat seperti yang dikatakan oleh Bapak Suhariyanto selaku kepala Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan dari sisi lapangan usaha, pertumbuhan tertinggi secara tahunan terjadi pada industry jasa lainnya yang mencapai 9,22 %. Kemudian disusul oleh jasa perusahaan sebesar 8,89 %, dan sektor transportasi serta pergudangan yang mencapai 8,59 %.¹ Dan juga hal ini sejalan dengan perkembangan globalisasi yang terus meningkat, perusahaan jasa terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan bahkan dapat mencapai target omset yang terus meningkat. Pada persaingan perusahaan jasa dewasa ini dapat kita lihat dari peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan ke konsumen sehingga dapat merasakan kepuasan dan berakhir pada loyalitas konsumen.

Pertumbuhan pada sektor jasa ini sudah berkembang ke berbagai bidang usaha salah satunya adalah usaha rumah kos. Bisnis di bidang jasa rumah kos saat ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya rumah kos dibangun dengan berbagai jenis fasilitas. Perkembangan di bidang ini dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya kenaikan minat dan keinginan para pelajar Indonesia untuk menimbah

¹Ipotnews, <https://www.indopremier.com>, diakses pada tanggal 20 November 2018 pada pukul 07:00 WIB.

ilmu ke perguruan tinggi, melihat fenomena tersebut banyak pengusaha mengambil peluang untuk menjadikan hal tersebut sebagai salah satu lahan bisnis.

Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha yang telah ditetapkan perusahaan untuk mencapai tujuan adalah pemasaran yaitu usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu petukaran.² Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Dewasa ini para konsumen sangatlah kritis dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian adalah sikap dari hasil pemutusan yang ditetapkan oleh pembeli setelah mempertimbangkan jenis produk, merek, kuantitas, waktu, produsen, tenaga penjual dan metode pembayaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Kotler dan Armstrong perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individu maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.³

Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan yaitu masalah yang mengenai harga. Harga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa

² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT Raja Gafindo Persada, 2006), hlm 158.

³<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/5725/Bab%202.pdf?sequence=10>, diakses pada tgl 20 Agustus 2018 pada pukul 13:00 WIB.

yang ditawarkan. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.⁴ Harga sewa kos antara satu dan lainnya saling bersaing, hal ini disebabkan faktor-faktor seperti : kelengkapan fasilitas hal ini menjadi prioritas bagi beberapa penyewa kos sebagai penunjang kelancaran selama masa studi. Biasanya lengkapnya fasilitas tentu berbanding dengan harga yang telah disesuaikan, tetapi tidak sedikit pula konsumen yang menyewa kamar kos dengan fasilitas seadanya karena harga yang lebih mahal.

Harga dan fasilitas merupakan hubungan yang berbanding lurus, artinya semakin tinggi fasilitas maka akan semakin tinggi pula harga yang akan ditawarkan. Begitupula sebaliknya ketika semakin minim fasilitas yang disediakan oleh pihak penyedia jasa kos tentu harga sewa yang ditawarkan juga akan rendah. Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh jasa rumah kos tentu beragam, seperti ketersediaan tempat parkir yang luas, fasilitas wifi, bahkan ada juga rumah kos yang sudah melengkapi kamar kosnya dengan semua perlengkapan seperti tempat tidur, lemari, meja belajar sehingga calon penyewa tinggal membawa pakaian saja tidak perlu memikirkan perpindahan barang-barang yang dibutuhkan.

Para konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatif terjangkau, tetapi belum tentu harga produk atau jasa rendah akan mendapatkan kualitas kurang baik. Maka, kualitas pelayanan adalah juga sangat mempengaruhi suatu keberhasilan perusahaan. Pada dasarnya ketika kita ingin membeli sebuah produk

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*hlm 175-176.

tujuan utama yang dicari adalah kegunaan dari suatu produk itu sendiri, kita tahu bahwa konsumen saat ini lebih cerdas dalam menentukan kualitas dan harga maka dari itu perusahaan dengan gencarnya dalam melakukan berbagai strategi seperti salah satunya kualitas pelayanan yang menciptakan WOM (*Word Of Mouth*).

Mengapa demikian, karena ketika konsumen mendapatkan fasilitas yang memuaskan konsumen pasti akan sangat mudah sekali untuk memberikan informasi menarik mengenai apa yang di terimanya kepada saudara atau teman di sekitarnya. Hal ini di karenakan kepuasan yang di terima dari segi pelayanan yang membentuk WOM yang menjadi bagian penting dalam studi pemasaran mengingat bahwa komunikasi dalam WOM mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Perguruan tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dan sangat memberikan peranan penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, karena pada saat ini sumber daya manusia sangat di pandang sebagai salah satu kunci dalam era perdagangan bebas saat ini. Artinya semakin tinggi persaingan dan tuntutan di dunia kerja tentu juga membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dengan segala kompetensi yang dimiliki. Hal ini berkaitan dengan seorang pelajar yang telah menyelesaikan pendidikan baik itu SMA atau SMK, tentu banyak pelajar yang ingin melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi atau bangku perkuliahan tujuannya agar nantinya mampu untuk bersaing di dunia kerja.

Calon mahasiswa terutama yang bukan penduduk dari kota perguruan tinggi berada tentu akan menghadapi masalah utama yaitu dimana mereka akan tinggal selama menempuh dunia pendidikan. Setelah menemui masalah tersebut, maka tentu mereka akan mulai mencari informasi tempat tinggal sementara di sekitar perguruan tinggi, atau tempat tinggal yang ada di kota tersebut. Tempat tinggal adalah kebutuhan primer yang sangat penting karena tempat tinggal adalah tempat kita untuk istirahat setelah melakukan proses belajar selama di kampus atau melakukan kegiatan lainnya. Terdapat beragam jenis bangunan yang disewakan untuk mahasiswa, seperti rumah kontrakan, asrama dan rumah kos. Dari ketiga jenis tempat tinggal yang ada, sebagian mahasiswa lebih memilih kos daripada mengontrak atau tinggal di asrama. Untuk itu sebagai mahasiswa membutuhkan tempat tinggal, apakah memilih untuk tinggal bersama keluarga bagi yang memiliki keluarga yang bertempat tinggal di sekitar perguruan tinggi atau rumah kos sesuai dengan kebutuhan.

Agar kita memperoleh sesuai dengan keinginan, tentu ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan oleh konsumen sebelum memilih rumah kos dengan mempertimbangkan harga yang utama yaitu perbandingan harga, selanjutnya dengan melihat fasilitas yang disediakan oleh pihak jasa rumah kos. Atau bahkan memilih kos berdasarkan referensi dari keluarga, teman satu kampus, dan keberadaan teman satu daerah.

Tabel 1.1

**Rata-Rata Pengeluaran (Rupiah) Per Kapita Sebulan Menurut Kelompok
Barang dan Kuintil Perngeluaran di Kabupaten Tulungagung, 2017**

Kelompok Barang	Kuintil Pengeluaran				
	Kuintil 1	Kuintil 2	Kuintil 3	Kuintil 4	Kuintil 5
Padi-padian	44 044	41 506	43 049	51 624	56 100
Umbi-umbian	1 905	3 162	3 998	5 632	9 102
Ikan	8 838	13 884	17 054	22 546	31 356
Daging	3 787	5 774	10 995	17 682	37 917
Telur dan susu	11 243	14 415	19 803	27 337	59 602
Sayur-sayuran	25 044	33 118	45 416	60 749	71 925
Kacang-kacangan	7 206	9 328	10 916	13 108	19 541
Buah-buahan	6 267	11 335	15 999	22 251	45 409
Minyak dan lemak	9 359	12 527	16 192	20 586	23 476
Bahan minuman	10 197	11 171	14 556	18 107	21 093
Bumbu-bumbuan	4 031	4 998	6 792	9 608	11 516
Konsumsi lainnya	4 426	5 673	8 228	10 479	15 188
Makanan dan minuman jadi	41 067	68 136	107 904	151 965	239 309
Rokok dan Tembakau	13 170	26 366	40 854	65 435	70 966
Jumlah Makanan	190 576	261 392	361 757	498 109	712 502
Perumahan dan Fasilitas Rumah Tangga	63 825	93 803	135 854	209 284	362 898
Aneka Barang dan Jasa	24 996	42 502	58 155	89 322	222 454
pakaian, Alas Kaki, dan Tutup Kepala	7 820	12 451	19 033	26 876	49 358
Barang Tahan Lama	2 473	5 787	15 403	33 439	234 334
Pajak, pungutan, dan asuransi	6 113	10 197	12 628	23 061	65 947
keperluan pesta dan upacara/kenduri	3 391	9 016	10 906	17 690	63 733
Jumlah bukan makanan	108 618	173 756	251 979	399 672	998 724
Jumlah	299 194	435 148	613 736	897 781	1 711 226
Sumber : Survei Sosial Ekonomi Nasional 2016					

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan pengelompokan pengeluaran dalam lima kelompok menunjukkan bahwa pengeluaran perumahan semakin tinggi artinya pengeluaran perumahan di Kabupaten Tulungagung dalam setiap bulannya semakin tinggi. Tidak dipungkiri bahwa persaingan bisnis pada perumahan saat ini saat berkembang pesat bahkan saat ini perumahan mengarah ke bisnis rumah kos. Hal ini dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pelaku usaha, hingga saat ini banyak umah kos berdiri, tak terkecuali di Kota Tulungagung. Oleh karena itu, berbagai jenis jasa rumah kos yang tersedia dengan berbagai ragam fasilitas yang memadai dan itu sejalan dengan jumlah penduduk yang bertambah tiap tahunnya.

Di kota Tulungagung sendiri bisnis jasa rumah kos mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang semakin bertambah sekaligus menunjukkan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut membuat persaingan bisnis jasa rumah kos di Kota Tulungagung khususnya di area kampus IAIN Tulungagung semakin ketat.

Masing- masing bisnis jasa rumah kos banyak sekali menyediakan beragam fasilitas yang berbeda-beda. Harga yang di berikan dengan fasilitas yang memadai tentu akan memberikan rasa nyaman dan puas kepada para penghuni kos. Setiap rumah kos memberikan karakteristik tersendiri apa yang mereka tawar dapat diterima oleh semua penghuni kos baik kalangan menengah atau kalangan ke atas. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian di kos Perumahan taman indah *regency* Plosokandang dan memfokuskan pada mahasiswa IAIN Tulungagung sebagai penghuni kos.

Salah satu bisnis jasa rumah kos yang cukup eksis yaitu Kos Perumahan Taman Indah *Regency* terletak di sekitar area kampus IAIN Tulungagung tepatnya ada di Dusun Kudus Desa Plosokandang, Kedungwaru Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Kos perumahan tersebut memiliki konsep sedikit mewah karena di tata rapi serta memiliki fasilitas yang mendukung yang disediakan oleh pemilik jasa rumah kos masing- masing. Kos perumahan ini lebih identik dengan suasana kompleks perumahan. Dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan mulai tersedianya kasur, bantal, lemari, kompor, wifi dan lain sebagainya. Harga yang ditawarkan dari masing-masing pemilik jasa rumah kos berbeda-beda mulai dari Rp 150.000 – Rp 250.000 untuk perbulan, ada juga yang memasang harga untuk setiap 3 bulan harga sewa kos Rp 1.500.000 patokan harga tergantung dengan fasilitas yang disediakan si pemilik rumah kos.

Peluang bisnis jasa kos adalah salah satu bisnis yang cukup banyak diminati. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya rumah kos yang di sekitar kampus, maka menjadi pertimbangan bagi para mahasiswa dalam memilih kos mana yang akan dipilih. Hal ini paling utama terkait dengan pemasaran jasa rumah kos yang dilakukan oleh pemilik rumah kos atau pengusaha rumah kos sehingga dapat menarik minat konsumen. Dapat disimpulkan salah satu faktor penting yang mendukung kelancaran mahasiswa yang berasal dari luar daerah Tulungagung adalah tempat tinggal selama dalam masa studi. Hal ini menjadikan penyedia jasa tempat tinggal khususnya penyedia jasa kos menawarkan produk jasanya kepada mahasiswa dengan berbagai keunggulan fasilitas jasa yang mereka miliki, dan

tentunya calon penyewa jasa kos dapat memilih tempat sesuai yang mereka inginkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu penjaga kos Perumahan Taman Indah Regency 1 Plosokandang, terdapat masalah loyalitas konsumen di kos Perumahan Taman Indah Regency 1 Plosokandang hal itu dapat dilihat dari tingkat hunian kos mengalami penurunan dalam waktu 1 tahun (2018). Hal ini dikarenakan harga sewa kos yang dibayar tidak sesuai dengan fasilitas yang disediakan oleh pemilik kos. Kemudian menyebabkan penghuni kos melakukan perpindahan tempat kos. Sebagaimana dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.2

**Data tingkat hunian kos Perumahan Taman Indah *Regency*
Plosokandang 2016-2018**

No	TAHUN	JUMLAH PENGHUNI
1	2016	13
2	2017	160
3	2018	120

Dari tabel diatas, terjadi penurunan tingkat hunian di kos perumahan taman indah *regency* 1 Plosokandang pada tahu 2018. Hal ini menunjukkan adanya perpindahan penghuni kos dengan berbagai alasan, diantaranya : tidak terpenuhi kebutuhannya (seperti : kenyamanan, kebersihan, dan keamanan) serta banyaknya pilihan rumah kos lain yang menyediakan produk jasa serupa atau bahkan lebih baik dibandingkan dengan kos Perumahan Taman Indah *regency* 1 Plosokandang.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui apakah harga, fasilitas dan *Word Of Mouth* berpengaruh pada pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produk ataupun jasa. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“ Pengaruh Harga, Fasilitas dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan konsumen dalam memilih Jasa rumah kos pada Perumahan Taman Indah *Regency* 1 Plosokandang Tulungagung”.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu mengetahui sejauh mana pengaruh harga, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency* Plosokandang. Identifikasi masalah yang mungkin akan muncul yaitu :

1. Semakin ketatnya suatu persaingan bisnis pada bisnis jasa rumah kos yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi harga, fasilitas yang dilakukan oleh pemilik jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency* Plosokandang.
3. Besarnya pengaruh harga, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency* Plosokandang.

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency 1* Plosokandang ?
2. Apakah variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency 1* Plosokandang ?
3. Apakah variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency 1* Plosokandang ?
4. Apakah variabel harga, fasilitas dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency 1* Plosokandang ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency 1* Plosokandang.

2. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency* 1 Plosokandang.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *word of mouth* terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency* 1 Plosokandang.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga, fasilitas dan *word of mouth* secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency* 1 Plosokandang.

E. Kegunaan Penelitian

Dari pembahasan ini, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis, praktis maupun untuk penelitian yang akan datang.

1. Kegunaan secara Teoritis

Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi khazanah ilmu pengetahuan, khususnya khazanah keilmuan pada bidang pemasaran.

2. Kegunaan secara Praktis

- a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang pemasaran suatu produk, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

b. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberi kontribusi bahan masuk untuk meningkatkan kinerja agar dapat lebih maju lagi.

c. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding penelitian sejenis lainnya dan bisa digunakan semestinya bagi rekan-rekan selanjutnya.

d. Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang dikaji selama berada di bangku perkuliahan. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di dalam perusahaan sebelum terjun langsung dunia kerja yang nyata.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup hanya berfokus pada variabel independen dan variabel dependen, dalam penelitian ini variabel independennya yaitu harga, fasilitas, dan *word of mouth* . Sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan pembelian konsumen.

Karena luasnya asumsi yang dapat diambil dari teori dan kondisi dilapangan, maka peneliti membatasi masalah-masalah yang akan diteliti agar

masalah yang diteliti tidak terlalu meluas dan lebih fokus. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya melakukan penelitian di kos perumahan taman indah *regency* 1 tanpa melakukan perbandingan dengan yang lain.
2. Terbatasnya waktu, tenaga, dan biaya penelitian, maka peneliti memilih kos perumahan taman indah *regency* 1 Plosokandang sebagai tempat penelitian.
3. Responden yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa selaku penghuni kos perumahan taman indah *regency* 1 Plosokandang.
4. Atribut yang diteliti dalam penelitian ini adalah harga, fasilitas dan *word of mouth* dan keputusan konsumen.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini perlu istilah penegasan dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi ketidaksalah pemahaman dalam membaca skripsi ini, yaitu :

1. Secara Konseptual
 - a. Harga adalah adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan maksimal.⁵
 - b. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen⁶

⁵ Sirod Hantoro, *Kiat sukses berwirausaha*, (Yogyakarta: ADICITA KARYA NUSA, 2005), cet 1, hlm 131.

⁶ Ari budi sulistiono, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang)*, (Semarang : Skripsi, 2010), hlm 41.

- c. *Word of mouth* adalah bentuk promosi dengan cara menyebarkan informasi mengenai barang atau jasa melalui obrolan dari seseorang ke orang lain.⁷
- d. Keputusan pembelian adalah sebagai proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.⁸

2. Secara Operasional

Definisi operasional dari judul penelitian yang telah diambil peneliti dalam memilih variabel penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian baik itu produk ataupun jasa berdasarkan berdasarkan harga, failistas dan *word of mouth* yang dipertimbangkan dalam variabel dependen yaitu keputusan mahasiswa dalam memilih jasa rumah kos pada perumahan taman indah *regency 1* Plosokandang.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Sistematika Pembahasan skripsi dalam penelitian ini akan disajikan dan dilaporkan secara terperinci dalam enam bab, dengan setiap babnya terdapat anak sub-bab sebagai perinciannya.

⁷ Niken Tri Hapasari, *Seluk-beluk Promosi dan Bisnis*, (Jogjakarta: APLUS BOOKS, 2010), hlm 28.

⁸ Argo Lumaksana, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Gatsby Styling Pomade pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*. (Tulungagung :Skripsi, 2018), hlm 35

Bagian Awal, terdiri dari : Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.

Dalam bab pertama, ini akan dijelaskan gambaran singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi, yaitu: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang lingkup dan Keterbatasan penelitian, Penegasan istilah dan Sistematika Penulisan Skripsi. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi ini dibuat dengan judul tersebut dan hal apa yang melatar belakangi penelitian ini dibuat serta batasan masalah, tujuan dilakukan penelitian serta kegunaan penelitian dan penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini.

Dalam bab kedua ini berisi kajian pustaka yang membahas tentang harga, fasilitas dan *word of mouth*, kajian penelitian terdahulu yang sehubungan dengan judul peneliti, kerangka hipotesis untuk mempermudah pembaca dan hipotesis penelitian. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

Dalam bab ketiga ini dijelaskan tentang Metodologi penelitian merupakan gambaran proses penelitian dilapangan di tempat observasi, yang disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: jenis pendekatan penelitian, populasi, teknik analisis data, sumber data dan

variabel dalam penelitian, metode pengumpulan data serta metode penelitian yang digunakan. Kaitanya bab ketiga ini dengan bab selanjutnya yaitu bab ini sebagai bahan landasan untuk mengerjakan bab selanjutnya.

Dalam bab keempat ini berisi hasil penelitian yang disajikan dalam sebuah data yang sebelumnya telah diuji terlebih dahulu keabsahaan data tersebut oleh penguji dan kemudian dipaparkan. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, penyebaran kuesioner dari anggota serta informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian hasil penelitian data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. Dimana hasilnya nanti akan dibahas dan dianalisis dalam bab selanjutnya.

Dalam bab kelima ini berisi mengenai pembahasan, yang didalamnya berisikan mengenai pemaparan atas jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti yang kemudian dipaparkan dalam bab ini. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada. Dalam bab ini pembahasan mengenai hasil dari bab sebelumnya dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu yang di sajikan dalam bagian landasan teori.

Dalam bab keenam ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data dari temuan di lapangan, implikasi penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak lembaga maupun pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lanjutan.