

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan fondasi dasar suatu bangsa untuk menjadi bangsa yang besar. Indonesia merupakan salah satu bangsa yang membutuhkan pendidikan untuk dijadikan filter di era globalisasi guna menyaring pengaruh-pengaruh asing sehingga budaya-budaya yang masuk dapat disesuaikan dengan budaya bangsa Indonesia. Sejalan dengan masuknya berbagai pengaruh asing tersebut sebaiknya pendidikan diberikan sedini mungkin terhadap masyarakat. Upaya dan perhatian pemerintah terhadap dunia pendidikan yang semakin membaik mampu mengubah paradigma masyarakat terhadap dunia pendidikan. Perubahan paradigma masyarakat ditandai dengan makin tingginya jumlah mahasiswa yang menempuh pendidikan pada berbagai institusi perguruan tinggi.

Perguruan tinggi sebagai satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi sangat memberikan peranan dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia pada saat ini dipandang sebagai salah satu faktor kunci dalam era perdagangan bebas. Semakin tinggi persaingan dan tuntutan di dunia kerja juga membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dengan segala kompetensi yang dimiliki, sehingga mampu mengembangkan diri serta bersama-sama membangun bangsa. Banyak pelajar SMA maupun SMK yang melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi

setelah menyelesaikan pendidikannya dengan harapan mampu dalam bersaing di dunia kerja.

Indonesia memiliki banyak institusi perguruan tinggi berkualitas yang dinaungi oleh Kementerian Pendidikan maupun Kementerian Agama. Perguruan-perguruan tinggi tersebut tersebar di seluruh nusantara dan hampir di setiap kabupaten berdiri perguruan tinggi negeri maupun swasta. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung merupakan salah satu kampus yang berada di bawah naungan Kementerian Agama dan berada di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. IAIN Tulungagung terdiri dari 4 fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Tarbiyan dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH) dan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah (FUAD).

Mayoritas mahasiswa IAIN masih berasal dari dalam Kabupaten Tulungagung dan sebagian berasal dari luar Kabupaten Tulungagung bahkan terdapat mahasiswa yang berasal dari luar negeri, seperti Thailand serta terdiri dari berbagai kalangan. IAIN Tulungagung saat ini sedang mengembangkan dan memperbaiki kualitas baik dari segi infrastruktur maupun akademik kemahasiswaan. Hal ini dikarenakan setiap tahun sejak tahun 2015, jumlah mahasiswa baru yang masuk di IAIN Tulungagung mengalami lonjakan yang cukup fluktuatif. Sedangkan penurunan jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya tidak terlalu signifikan dibandingkan dengan kenaikan jumlah mahasiswa baru. Hal ini dapat dilihat dari data PBAK IAIN Tulungagung sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Baru tahun 2015-2020¹

No.	Tahun	Jumlah Mahasiswa Baru
1.	2015	3080
2.	2016	4071
3.	2017	4902
4.	2018	5600
5.	2019	5521
6.	2020	5245

Peningkatan tersebut berimbas pula pada masyarakat di sekitar kampus IAIN Tulungagung, khususnya masyarakat Desa Plosokandang Dusun Kudusan. Masyarakat mampu membaca peluang yang ada dan dapat membantu memperbaiki perekonomian mereka. Semakin banyak masyarakat yang membuka usaha, seperti usaha jasa *laundry*, *photocopy*, rumah makan/warung makan/angkringan, salon, dan bisnis properti rumah kos. Usaha properti rumah kos menjadi salah satu usaha yang cukup diminati oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari semakin menjamurnya pembangunan rumah kos yang dilakukan oleh masyarakat sekitar.

Rumah kos merupakan sejenis kamar sewa yang disewa (*booking*) selama kurun waktu tertentu. Umumnya sewa kamar dilakukan selama kurun waktu satu bulan hingga satu tahun serta memiliki fungsi sebagai tempat tinggal sementara. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) rumah kos adalah tinggal di rumah orang lain dengan atau tanpa makan (dengan membayar setiap bulan); memondok. Berdasarkan hasil survei terhadap rumah-rumah kos yang berada disekitan kampus

¹ PBAK IAIN Tulungagung, <http://iain-tulungagung.ac.id>

IAIN Tulungagung, berikut merupakan tipe-tipe kamar yang terdapat disekitar kampus IAIN Tulungagung :

Tabel 1.2 Tipe-Tipe Kamar Kos yang ada di Desa Plosokandang

No.	Tipe Kamar	Fasilitas Kamar	Fasilitas Umum
1	Tipe 1	<ul style="list-style-type: none"> - Kipas Angin - Tempat tidur - Kamar mandi dalam - Lemari pakaian - Meja 	<ul style="list-style-type: none"> - Wi-fi - Listrik - Tempat parkir - Dapur umum - Jemuran baju
2	Tipe 2	<ul style="list-style-type: none"> - Kasur busa - Lemari pakaian - Meja 	<ul style="list-style-type: none"> - Wi-fi - Listrik - Tempat parkir - Dapur umum - Jemuran baju - Kamar mandi umum
3	Tipe 3	<ul style="list-style-type: none"> - Kasur lantai - Lemari pakaian 	<ul style="list-style-type: none"> - Wi-fi - Listrik - Tempat parkir - Dapur umum - Jemuran baju - Kamar mandi umum

Sumber: *Hasil Penelitian, 2019*

Tabel 1.2 menunjukkan beberapa tipe-tipe kamar kos yang ditawarkan oleh penyedia jasa rumah kos kepada pelanggannya khususnya mahasiswa IAIN Tulungagung. Untuk memperoleh rumah kos sesuai dengan yang diinginkan, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum melakukan pembelian/sewa rumah kos. Faktor-faktor tersebut diantaranya seperti, mahasiswa mamilih rumah kos dengan memperhatikan harga sewa, kelengkapan fasilitas, kemudahan akses lokasi rumah kos, referensi dari mulut ke mulut serta kesesuaian dengan status sosial sebagai mahasiswa.

Pengambilan keputusan dalam pemilihan rumah kos yang sesuai dengan keinginan haruslah dilakukan dengan sebaik mungkin. Pengambilan keputusan yang kurang tepat dapat menimbulkan permasalahan baru dalam kehidupan seseorang khususnya mahasiswa baru, seperti timbulnya ketidaknyamanan saat melakukan aktifitas sehari-hari. Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan terbaik. Proses pengambilan keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen akan melalui beberapa tahap yang disebut dengan proses pengambilan keputusan model lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.²

Keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut dengan jual beli pada surat An-Nisa': 4 ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2009), hlm. 184

Artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*³

Pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh setiap mahasiswa dalam memilih jasa rumah kos dapat dikatakan berbeda-beda. Mahasiswa yang berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah justru memilih rumah kos yang sesuai dengan keadaan perekonomian keluarga dengan fasilitas seadanya. Sedangkan mahasiswa yang berasal dari kalangan masyarakat menengah keatas cenderung memilih rumah kos yang memiliki fasilitas lengkap. Perbedaan pengambilan keputusan pembelian juga sering terjadi antara mahasiswa yang menempuh pendidikan di kota besar dengan kota kabupaten, seperti perbedaan pengambilan keputusan pembelian rumah kos oleh mahasiswa di Malang dan Surabaya dengan mahasiswa di Tulungagung. Perbedaan tersebut dilatar belakangi oleh status sosial mahasiswa itu sendiri.

Beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh mahasiswa agar memperoleh rumah kos sesuai dengan keinginan, salah satunya adalah memperhatikan keadaan sekitar lingkungan sekitar rumah kos. Faktor lain yang dapat dipertimbangkan adalah perbandingan harga sewa, fasilitas yang diberikan dan referensi dari pihak ketiga serta status sosial yang disandangnya. Perusahaan pada umumnya ingin berhasil

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*,, hlm. 83

dalam menjalankan usaha-usahanya. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Permasalahan utama yang sering dihadapi oleh suatu perusahaan adalah masalah mengenai penetapan harga.

Harga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa 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 rumah kost antara satu dan lainnya saling bersaing, hal ini disebabkan faktor-faktor seperti: kelengkapan fasilitas yang menjadi prioritas bagi beberapa penyewa rumah kost sebagai penunjang kelancaran selama menempuh pendidikan.

Penentuan harga sewa rumah kos didapat dari keseimbangan antara permintaan dan penawaran akan rumah kos yang terjadi di dalam pasar jasa rumah kos. Mankiw mengatakan harga keseimbangan (*equilibrium*) adalah jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli oleh pembeli nilainya sama dengan jumlah yang ingin dan benar-benar dijual. Keseimbangan diperoleh ketika permintaan dan penawaran

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan,*, hlm. 175-176

berpotongan. Pada harga keseimbangan, jumlah penawaran sama dengan jumlah permintaan sehingga menciptakan titik keseimbangan.⁵

Penetapan harga pada titik keseimbangan dapat dikatakan bahwa semakin tinggi fasilitas maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan. Semakin minim fasilitas yang disediakan oleh pihak penyedia jasa rumah kost harga sewa yang ditawarkan semakin rendah.

Kelengkapan fasilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kost. Selain harga sewa, fasilitas juga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih rumah kost. Fasilitas yang terdapat didalam rumah kost merupakan faktor utama didalam penawaran rumah kost yang ditawarkan pemilik jasa rumah kost. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh rumah kost dapat beragam, seperti fasilitas umum (ketersediaan tempat parkir, ruang tamu, dapur umum, tempat mencuci umum dan tempat menjemur) serta fasilitas kamar (kamar mandi didalam kamar, tempat tidur, lemari pakaian, dan meja belajar) bahkan ada juga rumah kost yang sudah melengkapi kamar kosannya dengan semua perlengkapan seperti (AC/kipas angin, televisi, dan gratisnya biaya listrik, sampah, *wifi* dan *laundry*).

Kemudahan akses lokasi tempat tinggal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kos selain harga rumah kos dan fasilitas rumah kos. Lokasi rumah kos yang mendukung seperti dekat dengan kampus, dekat dengan tempat makan, *fotocopy*, warung/minimarket, pusat

⁵ N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi Edisi Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm. 73

perbelanjaan, jalur angkutan kota, tempat ibadah dan tempat hiburan. Hal tersebut akan menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih rumah kos dengan alasan dapat mempermudah mahasiswa dalam menjalankan kehidupan sehari-hari serta untuk menghemat biaya hidup selama menempuh pendidikan.

Komunikasi dari mulut ke mulut memang mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada seseorang karena informasi yang didapat dianggap nyata dan jujur dan seseorang cenderung lebih mempercayai informasi produk atau jasa yang mereka dengar dari teman, kerabat atau orang terdekat yang berpengalaman terhadap suatu produk atau jasa tersebut. *Word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut akan terjadi secara alami ketika orang menjadi pendukung suatu merek atau produk karena puas dengan produk yang dipakai atau dikonsumsi dan memiliki hasrat atau keinginan yang muncul dari diri sendiri serta antusias untuk mengajak orang lain memilih tempat, produk ataupun jasa yang telah dipakainya atau bisa disebut sebagai *Organic Word of Mouth*. Mahasiswa baru yang sedang mencari rumah kos akan sangat terbantu dengan adanya referensi yang diberikan oleh teman atau kerabat yang sebelumnya bertempat tinggal di kos di lokasi tertentu.

Status sosial sebagai mahasiswa juga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan terhadap pembelian atau sewa rumah kos dikalangan mahasiswa. Mahasiswa di Kota Surabaya maupun di Kota Malang cenderung memilih rumah kos dengan fasilitas lengkap, seperti adanya tempat tidur, kipas angin/AC, televisi, kamar mandi dalam dan bebas (tanpa ibu kos). Sedangkan mahasiswa di Tulungagung memilih rumah kos dengan fasilitas yang memadai dengan harga yang sesuai dan

mayoritas dari mahasiswa di Tulungagung memilih rumah kos dengan adanya pengawasan dari pemilik kos (tinggal satu lokasi dengan pemilik kos). Perbedaan status sosial sebagai mahasiswa yang menjadi alasan mahasiswa di kota besar seperti Kota Surabaya dan Kota Malang lebih memilih lokasi rumah kos tanpa adanya pengawasan intens oleh pemilik kos. Mayoritas lokasi rumah kos di kota besar dibangun diluar lokasi rumah pemilik kos.

Kasus yang sering terjadi pada pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat tinggal sementara mereka atau rumah kos adalah ketika terdapat tempat kos yang dekat dengan harga dan fasilitas yang sesuai dengan keinginan mereka, namun sudah tidak ada kamar yang kosong. Sehingga calon penghuni kos baru akan memilih tempat kos lain yang sesuai dengan keinginan mereka dengan berbagai pertimbangan yang dilakukan. Berdasarkan uraian diatas penulis ingin mengetahui apakah selain dari faktor harga, fasilitas, lokasi terdapat faktor lain yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih jasa rumah kos. Penulis tertarik untuk mengambil variabel lain yaitu variabel *word of mouth* dan status sosial sebagai variabel independen yang diteliti. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Harga, Fasilitas, Lokasi, *Word of Mouth* dan Status Sosial terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN 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, lokasi, *word of mouth* dan status sosial terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. 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 di Desa Plosokandang. Semakin baik kualitas yang diberikan oleh pemilik rumah kos, maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan dan sebaliknya.
3. Besarnya pengaruh harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth* dan status sosial terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

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

1. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung?

2. Apakah variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung?
3. Apakah variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung?
4. Apakah variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung?
5. Apakah variabel status sosial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung ?
6. Apakah variabel harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth* dan status sosial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung?

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 mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

2. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel *word of mouth* terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
5. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel status sosial terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.
6. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth* dan status sosial secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa IAIN Tulungagung.

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 pembandingan 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, lokasi, *word of mouth* dan status sosial. 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 di Desa Plosokandang.
2. Terbatasnya waktu, tenaga, dan biaya penelitian, maka peneliti memilih 5 rumah kos yang ada di Desa Plosokandang sebagai tempat penelitian.
3. Responden yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung selaku penyewa rumah kos di Desa Plosokandang.
4. Atribut yang diteliti dalam penelitian ini adalah harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth*, status sosial mahasiswa serta 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 jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan maksimal.⁶
- b. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.⁷
- c. Lokasi diartikan sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.⁸
- d. *Word of mouth* adalah bentuk promosi dengan cara menyebarkan informasi mengenai barang atau jasa melalui obrolan dari seseorang ke orang lain.⁹
- e. Status sosial adalah kedudukan seseorang di dalam lingkungan masyarakat. Sistem status sosial dalam perkembangan akan memunculkan pembagian status-status dalam masyarakat. Pembagian status sesuai dengan kesamaan hak dan kewajibannya menimbulkan pembagian kelas dalam masyarakat.¹⁰
- f. Keputusan pembelian adalah sebagai proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.¹¹

⁶ Sirod Hantoro, *Kiat sukses berwirausaha*, (Yogyakarta: ADICITA KARYA NUSA, 2005), cet 1, hlm 131.

⁷ Ari Budi Sulistiono, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang)*, (Semarang : Skripsi, 2010), hlm 41.

⁸ Sirod Hantoro, *Kiat Sukses*,, hlm. 138

⁹ Niken Tri Hapsari, *Seluk-Beluk Promosi dan Bisnis*, (Jogjakarta: APLUS BOOKS, 2010), hlm. 28

¹⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: CV Rajawali, 2013), hlm. 263

¹¹ Argo Lumaksana, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Gatsby Styling Pomade pada Mahasiswa*

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 harga, fasilitas, lokasi, *word of mouth* dan status sosial yang dipertimbangkan dalam variabel dependen yaitu pengambilan keputusan dalam memilih jasa rumah kos pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

H. Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk memudahkan pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua dan seterusnya, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. (Tulungagung :Skripsi, 2018), hlm 35

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian (yang berisi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN