

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan tinggi merupakan salah satu investasi jangka panjang yang sangat penting dalam pembangunan sumber daya manusia di Indonesia. Seiring dengan terus meningkatnya angka partisipasi mahasiswa di perguruan tinggi, kebutuhan akan tempat tinggal sementara atau kosan bagi mahasiswa yang berasal dari luar daerah menjadi semakin mendesak. Kondisi ini mendorong pertumbuhan bisnis rumah kos (rumah hunian sementara) sebagai salah satu solusi utama bagi mahasiswa yang tidak tinggal bersama keluarga selama masa studinya.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu pusat pendidikan di Jawa Barat, ini dikarenakan banyaknya Universitas yang ada disini dan Kawasan Ciganitri, Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu kawasan strategis yang dikelilingi oleh sejumlah perguruan tinggi terkemuka, antara lain Universitas Telkom Indonesia, Universitas Siliwangi, dan Institut Agama Islam Persis, serta berbagai Institusi pendidikan lainnya. Kondisi geografis ini menjadikan Ciganitri sebagai kawasan yang sangat diminati oleh para mahasiswa sebagai tempat hunian sementara. Hal ini tercermin dari tingginya pertumbuhan jumlah rumah kos di kawasan tersebut dalam beberapa tahun terakhir, menciptakan persaingan bisnis yang semakin kompetitif di antara para penyedia jasa kos.

Tabel 3.1 Data Mahasiswa Tahun 2024

No	Jenjang	Total (Jiwa)
1	S1	140.020
2	D3	49.770
3	D1 dan D2	15.240
Total		653.030

Sumber: Databoks, 2024

Pada bulan desember 2024 data mahasiswa di kabupaten bandung berjumlah 653.030 mahasiswa dengan rincian mahasiswa yang menempuh jenjang S1 berjumlah 140.020 jiwa, mahasiswa yang menempuh jenjang D3 berjumlah 49.770 jiwa, dan mahasiswa yang menempuh jenjang D1 dan D2 berjumlah 15.240 jiwa. Jadi total penduduk yang menempuh pendidikan tinggi mencapai 5,64% dari total penduduk kabupaten bandung (Databoks).

Tabel 1.4 Data Rata-Rata Harga Kost Tiga Tahun Terakhir

No	Tahun	Harga
1	2026	Rp.600.000- Rp.800.000
2	2025	Rp.600.000- Rp.700.000
3	2024	Rp.500.000- Rp.600.000
4	2023	Rp.500.000- Rp.550.000

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

Tingginya minat mahasiswa terhadap penyewaan kos kawasan Ciganitri menciptakan persaingan bisnis yang semakin kompetitif di antara para penyedia jasa kos. Hasil observasi lapangan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir menunjukkan adanya kenaikan persaingan harga di antara penyedia jasa kos, dari harga rata-rata berkisar Rp500.000 per bulan naik menjadi Rp600.000–Rp800.000 per bulan, seiring meningkatnya jumlah mahasiswa dan berdirinya kampus baru. Observasi juga

menemukan variasi fasilitas kos yang signifikan, terutama pada fasilitas penunjang belajar seperti meja belajar dan Wi-Fi.

Fenomena di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara harga yang ditawarkan dengan fasilitas yang diterima mahasiswa. Sebagian mahasiswa bersedia membayar harga sewa lebih tinggi demi mendapatkan fasilitas yang lebih lengkap, sementara sebagian lainnya memilih kos dengan harga terjangkau meskipun fasilitasnya terbatas. Dalam praktiknya, sebagian pemilik kos menyediakan perabotan yang sederhana dan tidak memenuhi standar kenyamanan seperti kasur tipis, lemari plastik, atau meja belajar yang kurang ergonomis bahkan terdapat kos yang sama sekali tidak menyertakan perabotan. Kondisi ini menimbulkan ketidaknyamanan dan membuat mahasiswa merasa fasilitas yang mereka terima tidak sebanding dengan biaya sewa yang dikeluarkan. Selain itu, 8 dari 12 kos yang disurvei berlokasi di dalam gang sehingga dinilai kurang strategis untuk mobilitas harian penyewa, dan mayoritas mahasiswa (87,88%) mengeluhkan kondisi lingkungan kos yang kurang nyaman.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai bagaimana variabel harga dan fasilitas, baik secara simultan maupun parsial, memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos di Ciganitri sekaligus menjadi landasan urgensi penelitian ini.

Sebagai gambaran awal kondisi harga dan fasilitas kos di kawasan Ciganitri, berikut disajikan data hasil observasi terhadap sejumlah kos (Tabel 1.1) serta hasil pra-survei terhadap indikator harga, fasilitas, dan Keputusan (Tabel 1.2, Tabel 1.3, dan Tabel 1.4).

Tabel 1.3 Daftar Data Kos

No	Nama kos	Harga	Fasilitas	Jumlah
1	Kos Bu Enur	800.000/bulan	Kasur, lemari, wifi, sampah, dan listrik.	4 mahasiswa
2	Kos Hj. Herman	800.000/bulan	Lemari, kasur, air, dan sampah	3 mahasiswa
3	Kos Alzia	750.000	Kasur, lemari, dan wifi	4 mahasiswa
4	Kos Hj. Engkos 1	480.000-650.000/bulan	Kosongan	18 mahasiswa
5	Kos Hj. Engkos 2	700.000/bulan	Lemari dan kasur	8 mahasiswa
6	Kos Hj. Engkos 3	800.000/bulan	Lemari, kasur, kipas, dan wifi.	1 mahasiswa
7	Kos Pak Kurnadi	600.000-800.000/bulan	kosongan	3 mahasiswa
8	Kos Hj. Ajah	550.000/bulan	Kosongan	6 mahasiswa
9	Kos Pak subarna	550.000/bulan	Kosongan	5 mahasiswa
10	Kos Abu Ubaidah	480.000/bulan	Kosongan	2 mahasiswa
11	Kos Intan Arrahmah	600.000-750.000/bulan	Kasur, dan lemari	5 mahasiswa
12	Kos Hana	650.000/bulan	kosongan	4 mahasiswa
13	Kos Sumber Waras	550.000/bulan	kosongan	5 mahasiswa

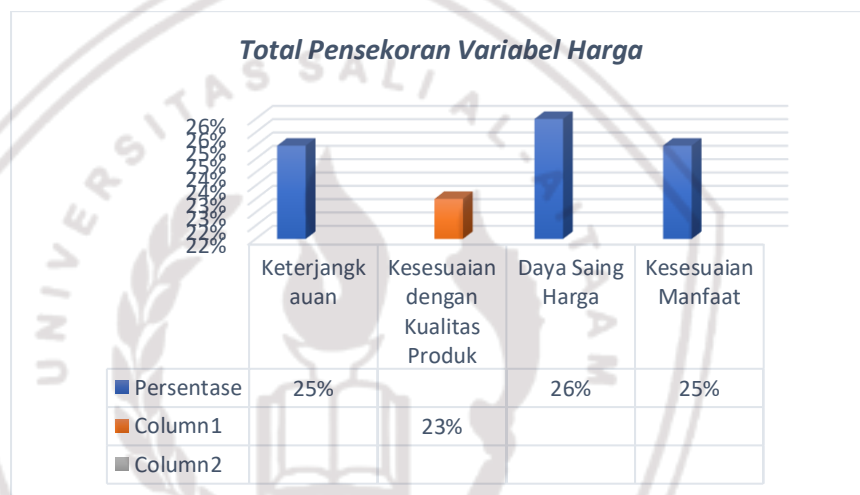
Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

Tabel 1.4 Total Pensekoran Variabel Harga

No	Indikator	Item	Pertanyaan	Persentase
1	Keterjangkauan	X1.1	Apakah biaya sewa kos anda saat ini sesuai dengan kemampuan ekonomi?	25%
2	Kesesuaian dengan Kualitas Produk	X1.2	Apakah harga yang dibayar sesuai dengan kondisi fisik ruangan yang anda tempati?	23%
3	Daya Saing Harga	X1.3	Apakah harga kos yang anda tempati lebih kompetitif di bandingkan kos	26%

No	Indikator	Item	Pertanyaan	Persentase
			lain di sekitar wilayah ciganitri?	
4	Kesesuaian Manfaat	X1.4	Apakah anda merasa harga yang anda bayar sesuai dengan manfaat yang anda rasakan?	25%
Total				100%

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026



Gambar 1.1 Grafik Total Penskoran Harga

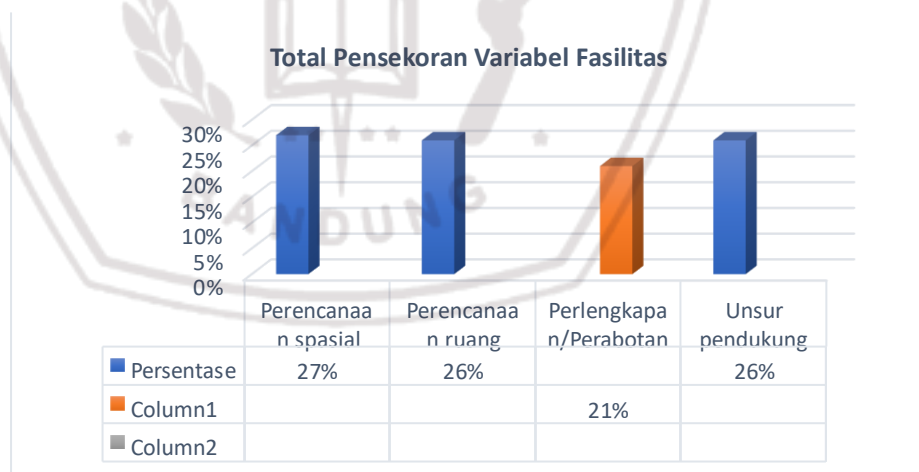
Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

Tabel dan grafik diatas menunjukkan persentase penilaian terhadap 4 indikator yaitu keterjangkauan (X1.1), kesesuaian dengan kulaitas produk (X1.2), daya saing harga (X1.3), dan kesesuaian dengan manfaat (X1.4). berdasarkan data yang terlihat diatas terdapat indikator yang belum optimal yaitu pada indikator (X1.2) kesesuaian dengan kualitas produk dengan persentase sebesar 23% hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut belum optimal atau bermasalah, sehingga penulis berniat untuk menganalisis lebih lanjut.

Tabel 1.5 Total Pensekoran Variabel Fasilitas

No	Indikator	Item	Pertanyaan	Persentase
1	Perencanaan spasial	X2.1	Apakah kos yang anda tempati saat ini memiliki proporsi yang sesuai seperti cat dinding, tekstur lantai, dan ukuran kamar?	27%
2	Perencanaan ruang	X2.2	Kos yang anda tempati saat ini menyediakan tata ruang yang cukup?	26%
3	Perlengkapan/Perabotan	X2.3	kos yang anda tempati saat ini menyediakan perabotan dasar seperti kasur,meja, dan lemari?	21%
4	Unsur pendukung	X2.4	Tempat kos yang anda tempati saat ini menyediakan tempat parkir yang mudah diakses?	26%
Total				100%

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

**Gambar 1.2 Grafik Total Penskoran Fasilitas**

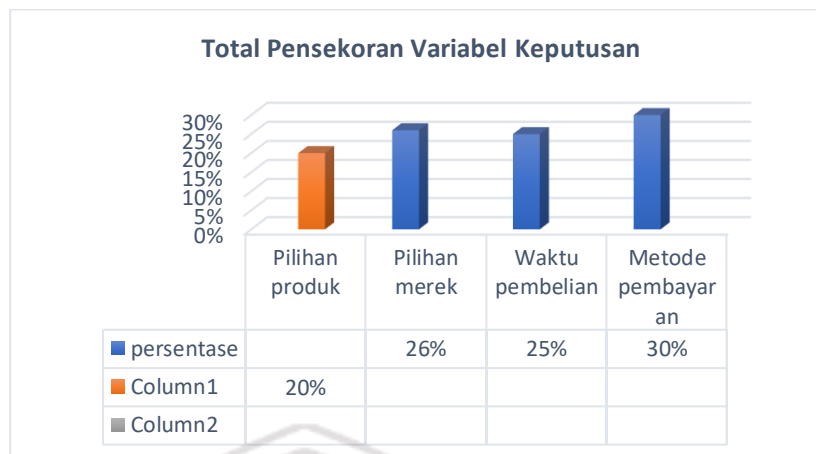
Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

Tabel dan grafik diatas menunjukan persentase terhadap penilaian terhadap 4 indikator yaitu indikator yaitu perencanaan spasial (X2.1), perencanaan ruang (X2.2), perlengkapan/perabotan (X2.3), dan unsur pendukung (X2.4). berdasarkan data yang terlihat diatas terdapat indikator yang belum optimal yaitu pada indikator (X1.2) perlengkapan dan perabotan dengan persentase sebesar 21% hal ini menunjukan bahwa indikator tersebut belum optimal atau bermasalah, sehingga penulis berniat untuk menganalisis lebih lanjut.

Tabel 1.6 Total Penskoran Variabel Keputusan

No	Indikator	Item	Pertanyaan	Persentase
1	Pilihan produk	Y.1	Kosan yang anda pilih saat ini sudah sesuai dengan keputusan yang anda inginkan?	20%
2	Pilihan merek	Y.2	Brand merk/nama kosan yang anda pilih sudah cocok dengan keputusan yang anda ambil?	26%
3	Waktu pembelian	Y.3	Apakah anda merasa pada saat menyewa kosan saat ini berada di waktu yang tepat?	25%
4	Metode pembayaran	Y.4	Metode pembayaran untuk sewa kos mudah untuk dilaksanakan?	30%
Total				100%

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026



Gambar 1.3 Grafik Total Penskoran Keputusan

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

Tabel dan grafik diatas menunjukkan persentase penilaian terhadap 4 indikator yaitu pilihan produk (Y.1), pilihan merek (Y.2), waktu pembelian (Y.3), dan metode pembayaran (Y.4). berdasarkan data yang terlihat diatas terdapat indikator yang belum optimal yaitu pada indikator (Y.1) pilihan produk dengan persentase sebesar 20% hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut belum optimal atau bermasalah, sehingga penulis berniat untuk menganalisis lebih lanjut.

Harga dapat diartikan sebagai sejumlah nilai uang yang ditetapkan atas suatu produk atau jasa, atau dengan kata lain merupakan pengorbanan yang bersedia dikeluarkan konsumen guna memperoleh manfaat dari pemilikan maupun pemanfaatan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2024). Senada dengan itu, Kotler dan Keller (2022) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang mampu mendatangkan pemasukan bagi perusahaan, sementara elemen lainnya justru lebih banyak menimbulkan pengeluaran. Penentuan harga yang tepat perlu mempertimbangkan biaya produksi, keterjangkauan bagi konsumen, kemampuan bersaing

di pasar, keselarasan antara harga dan kualitas, serta persepsi konsumen terhadap nilai produk.

Fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu produk atau layanan dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2021, dalam Apriliani, 2022). Menurut Lupiyoadi (2021), fasilitas fisik yang memadai merupakan salah satu dimensi kualitas layanan yang secara signifikan memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen; semakin lengkap fasilitas yang ditawarkan, semakin tinggi pula nilai yang dipersepsikan oleh calon penghuni kos. Dalam konteks rumah kos, fasilitas mencakup ketersediaan Wi-Fi, air bersih, kamar mandi dalam, dapur bersama, lahan parkir, keamanan, kebersihan lingkungan, hingga aksesibilitas terhadap transportasi umum dan fasilitas penunjang lain.

Keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk, termasuk dalam konteks pemilihan tempat kos. Menurut Kotler dan Armstrong (2024), proses pengambilan keputusan pembelian merupakan rangkaian langkah terstruktur yang mencakup identifikasi kebutuhan, penelusuran informasi, penilaian alternatif, penetapan keputusan pembelian, serta evaluasi pascapembelian. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis konsumen.

Hasil penelitian Fitria dan Amrullah (2023) mengungkapkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menentukan pilihan tempat kos. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Asnia dan Handayani yang juga membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan kos. Di sisi lain, hasil berbeda ditemukan pada penelitian Amilia (2019) yang menyimpulkan bahwa harga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos. Sejalan dengan hal tersebut, Rahayu dan Hartiningtyas (2022)

menyatakan bahwa harga memiliki arah pengaruh namun tidak signifikan, sehingga harga bukan satu-satunya faktor yang menjadi pertimbangan seseorang dalam memilih tempat tinggal sementara.

dalam penelitian (Amilia & Iriyani, 2020) yang menyimpulkan bahwa harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan sewa kos. Sejalan dengan hal tersebut (Rahayu & Hartiningtyas, 2022) menyatakan bahwa harga memiliki arah pengaruh yang, pengaruhnya tidak bersifat signifikan, sehingga dapat dimaknai bahwa harga bukanlah satusatunya faktor yang menjadi pertimbangan seseorang dalam menentukan pilihan tempat tinggal sementara.

Penelitian Kurniawan (2015) yang berjudul “Analisis Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Indekos dengan Harga Sewa Indekos sebagai Variabel Moderasi” (Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 15(2), 236–244) menemukan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih indekos, dengan harga sewa berperan sebagai variabel moderasi. Penelitian yang lebih baru dari Lajaria, Handris, Patulak, Manan, dan Sukirno (2024) berjudul “Pengaruh Harga, Fasilitas, Lingkungan, dan Jarak Tempuh terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Sulawesi Tenggara dalam Memilih Rumah Kos” (Arus Jurnal Sosial dan Humaniora, 4(2), 937–945) turut membuktikan bahwa harga dan fasilitas, bersama variabel lingkungan dan jarak tempuh, berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih rumah kos.

Adanya perbedaan hasil (research gap) antar-penelitian terdahulu mengenai pengaruh harga terhadap keputusan sewa kos, ditambah dengan kondisi empiris di kawasan Ciganitri yang menunjukkan skor pra-survei rendah pada indikator kesesuaian harga-kualitas (23%) dan perlengkapan/perabotan (21%), mendorong penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut

mengenai “Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Kos di Ciganitri Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Dari hasil observasi lapangan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir ini terdapat kenaikan persaingan harga diantara penyedia jasa kos di kawasan ciganitri, dari harga yang rata-rata berkisar 500.000 perbulan naik menjadi 600.000-800.000 perbulan akibat meningkatnya jumlah mahasiswa dan berdirinya kampus baru.
2. Dari hasil observasi lapangan ditemukan juga variasi fasilitas kos yang signifikan di kawasan ciganitri, terutama dalam hal fasilitas belajar seperti meja belajar dan wifi yang diperuntukan untuk kalangan mahasiswa
3. 8 dari 13 kos yang berada di ciganitri berlokasi di dalam gang sehingga posisi keberadaannya dinilai kurang strategis untuk mobilitas harian penyewa
4. Keadaan lingkungan kos yang kurang nyaman dialami 87,88% (29 dari 33 responden)
5. Peraturan ketat larangan membawa tamu di hari weekday yang memberatkan sebagian mahasiswa yang dialami 81,82% (27 dari 33 responden)
6. Keluhan mahasiswa mengenai batasan akses jam malam dialami 100% (33 responden)
7. Keluhan mahasiswa terkait kamar kos yang sering bocor ketika hujan deras dialami 33,33% (11 dari 33 responden)
8. Sebagian Mahasiswa kesulitan menemukan tempat kos yang memiliki fasilitas kamar mandi di dalam dialami 42,42% (14 dari 33 responden)

1.3 Batasan Masalah

Dengan mempertimbangkan keterbatasan yang dimiliki peneliti, baik dari segi waktu, anggaran, maupun kapasitas yang tersedia, serta demi menjaga fokus dan kedalaman analisis dalam penelitian ini, maka peneliti menetapkan batasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya mengkaji dua variabel independen yaitu harga (X1), dan fasilitas (X2), serta satu variabel dependen yaitu keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos (Y)
2. Penelitian ini hanya dilakukan di kawasan ciganitri, kecamatan bojongsoang, kabupaten bandung, dan tidak mencakup kawasan lain diluar wilayah tersebut.
3. Responden dalam penelitian ini dibatasi hanya pada mahasiswa yang sedang atau pernah menghuni rumah kos di kawasan cigantri, bandung, dengan tidak mempertimbangkan asal daerah, nama asli, asal perguruan tinggi, maupun program studi secara spesifik.
4. Jumlah kosan dalam penelitian ini dibatasi dengan kriteria, adapun kriteria nya adalah hanya kosan yang memiliki brand/nama dan memiliki kamar lebih dari 10 pintu yang akan dihitung.
5. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun akademik yang berjalan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran harga terhadap mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
2. Bagaimana gambaran fasilitas terhadap mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?

3. Bagaimana gambaran keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
6. Seberapa besar pengaruh harga dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran harga terhadap mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran fasilitas terhadap mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
3. Untuk mengetahui bagaimana gambaran keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kos di Ciganitri Bandung?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos di Ciganitri Bandung?

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, melalui pembuktian empiris atas teori-teori yang berkaitan dengan pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan konsumen. Penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kajian serupa dengan variabel, lokasi, atau pendekatan yang berbeda. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah literatur ilmiah mengenai keputusan pemilihan hunian mahasiswa di Indonesia, khususnya di Kota Bandung.

2. Manfaat praktis

- a) Bagi pemilik usaha kos hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan strategis dalam menetapkan kebijakan harga sewa yang kompetitif dan sesuai dengan kondisi pasar. Penelitian ini juga dapat membantu pemilik kos dalam mengidentifikasi fasilitas-fasilitas prioritas yang paling dibutuhkan oleh mahasiswa, sehingga investasi pengembangan fasilitas dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran dan efisien.
- b) Bagi mahasiswa penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang perlu di pertimbangkan secara matang sebelum mengambil keputusan dalam memilih tempat kos, sehingga keputusan yang diambil lebih rasional dan tepat.
- c) Bagi institusi akademik penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan referensi bagi program studi manajemen maupun program studi terkait dalam pengembangan kurikulum dan materi perkuliahan yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan manajemen pemasaran jasa.