

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung)

Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti* , Muhammad Anasrulloh

Universitas Bhinneka PGRI

*e-mail : mariaagatha2020@gmail.com

Abstrak:

Tempat tinggal merupakan kebutuhan yang penting bagi mahasiswa karena ditempat tinggalah mereka dapat beristirahat setelah melakukan proses kegiatan belajar selama dikampus ataupun setelah melakukan kegiatan lainnya. Untuk itu mereka memerlukan tempat tinggal, apakah mereka memilih tinggal bersama keluarga bagi yang memiliki keluarga di kota tempat perguruan tinggi berada atau rumah kos yang sesuai dengan kebutuhan. Rumah kos adalah sejenis kamar sewa yang disewa (booking) selama kurun waktu tertentu. Umumnya sewa kamar dilakukan selama kurun waktu satu tahun serta memiliki fungsi sebagai tempat tinggal sementara. Fungsi rumah kos ini yang menjadikan mahasiswa perantau lebih memilih alternatif rumah kos karena adanya pertimbangan hemat biaya dan waktu karena tempat yang dekat akan menjadi tujuan awal seseorang tersebut pindah. Rumah kos memiliki fungsi yang positif, yaitu tempat sebagai rumah sementara, tempat belajar, dan tempat beristirahat. Jika dikaitkan dengan fungsi rumah kos ditemukan banyak fenomena pindahan rumah kos yang dilakukan oleh penyewa. Agar memperoleh rumah kos sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa faktor yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum memutuskan rumah kos mana yang akan dipilih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kos di Tulungagung.

Kata kunci: Promosi, Keputusan dalam Memilih.

Abstract:

A place to live is an important requirement for students because where they live they can rest after carrying out the process of learning activities during campus or after doing other activities. For that they need a place to live, whether they choose to live with their family for those who have a family in the city where the college is located or a boarding house that suits their needs. A boarding house is a type of rental room that is rented (booked) for a certain period of time. Generally, a room rental is carried out for a period of one year and has a function as a temporary residence. The function of this boarding house is what makes migrant students prefer alternative boarding houses because of the cost and time saving considerations because a nearby place will be the initial destination for someone to move. The boarding house has a positive function, namely a place as a temporary house, a place to study, and a place to rest. If it is related to the function of boarding houses, it is found that there are many phenomena of moving boarding houses carried out by tenants. In order to get a boarding house as desired, there are several factors that students may consider before deciding which boarding house to choose. This study aims to determine the effect of promotion on student decisions in choosing boarding houses in Tulungagung.

Keyword: Promotion, Decision in Choosing

PENDAHULUAN

Bagi setiap individu kebutuhan yang sangat penting untuk segera terpenuhi adalah tempat tinggal atau rumah. Selain kebutuhan makan, rumah atau tempat tinggal merupakan kebutuhan primer bagi setiap individu termasuk calon mahasiswa. Di

Indonesia, banyak ditemukan pelajar yang setelah lulus dari SMA atau yang sederajat melanjutkan sekolah diluar kota, bahkan ada yang diluar provinsi atau juga luar pulau. Pilihan untuk melanjutkan studi diluar daerah berdasarkan beberapa alasan, antara lain karena program studi atau jurusan yang

diinginkan, dan yang sesuai dengan minat dan bakat tidak terdapat di daerah asal, atau pun karena beasiswa yang diterima mengharuskan untuk melanjutkan studi di universitas yang ditentukan oleh penyedia beasiswa. Calon mahasiswa yang bukan penduduk dari kota perguruan tinggi, biasanya menemui masalah utama yaitu dimana mereka akan tinggal, selama mereka belajar diperguruan tinggi tersebut. Setelah menemui masalah tersebut, mereka akan mulai mencari informasi tentang tempat tinggal sementara yang ada disekitar perguruan tinggi, atau tempat tinggal sementara yang ada dikota tersebut.

Tempat tinggal merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi mahasiswa, karena ditempat tinggalah mereka dapat beristirahat setelah melakukan proses kegiatan belajar selama dikampus, ataupun setelah melakukan kegiatan lainnya. Untuk itu mereka memerlukan tempat tinggal, apakah mereka memilih tinggal bersama keluarga bagi yang memiliki keluarga di kota tempat perguruan tinggi berada atau rumah kos yang sesuai dengan kebutuhan. Rumah kos adalah sejenis kamar sewa yang disewa (*booking*) selama kurun waktu tertentu. Umumnya sewa kamar dilakukan selama kurun waktu satu tahun, serta memiliki fungsi sebagai tempat tinggal sementara. Fungsi rumah kos ini yang menjadikan mahasiswa perantau lebih memilih alternatif rumah kos, karena adanya pertimbangan hemat biaya dan waktu, dan karena tempat yang dekat akan menjadi tujuan awal seseorang tersebut pindah. Rumah kos memiliki fungsi yang positif, yaitu tempat sebagai rumah sementara, tempat belajar, dan tempat beristirahat. Jika dikaitkan dengan fungsi rumah kos ditemukan banyak fenomena pindahan rumah kos yang dilakukan oleh penyewa. Agar memperoleh rumah kos sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa faktor yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum memutuskan rumah kos mana yang akan dipilih. Beberapa faktor diantaranya seperti, mahasiswa memilih rumah kos dengan

memperhatikan lokasi rumah kos, perbandingan harga sewa, fasilitas yang disediakan oleh pihak jasa rumah kos.

Dalam memasarkann suatu produk diperlukan promosi (Tyas, 2009), promosi adalah komunikasi antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lain dalam saluran untuk memengaruhi sikap dan perilaku (McCarthy dan Perreault yang dikutip (Tampubolon, 2018). Hal ini dilakukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui keunggulan produk yang akan dibelinya. Bagi mahasiswa promosi tempat kos sangat diperlukan, selain mendapatkan informasi yang dibutuhkan juga dapat membandingkan kelebihan tempat kos yang satu dengan yang lainnya.

Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan terbaik. (Kotler, P., & Amstrong, 2014) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, danbagaimana barang, jasa ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Pada dasarnya, 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 (Kotler, P., & Keller, 2016).

METODE

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert yang mempunyai interval 1-5. Untuk Jawaban yang mendukung pernyataan diberi skor tertinggi dan untuk jawaban yang tidak mendukung pernyataan diberi skor terendah, adapun penentuan skor tersebut adalah sebagai berikut.

1. Untuk jawaban **Sangat Setuju (SS)** diberi skor 5
2. Untuk jawaban **Setuju (S)** diberi skor 4
3. Untuk jawaban **Ragu-ragu (R)** diberi skor 3
4. Untuk jawaban **Tidak Setuju (TS)** diberi skor 2
5. Untuk jawaban **Sangat Tidak Setuju (STS)** diberi skor 1

Metode Analisis Data

Uji koefisien regresi digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis Regresi Linier sederhana adalah menganalisis nilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun persamaan garis regresi sebagai berikut.

$$Y = a + b x$$

(Riduwan dan Sunarto, 2007: 108).

HASIL

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa hasil analisis data dan pengujian hipotesis sebagai berikut.

Tabel. Hasil Analisis Data

No	t hitung	t tabel
	2,960	1,671

Sumber: data diolah (2020)

Uji t dalam variabel promosi (X) terhadap pemilihan tempat kos (Y) memiliki nilai sig. t < alpha yaitu sebesar 0,004 < 0,05 dan t hitung > ttabel yaitu sebesar 2,960 > 1,671, maka nilai hipotesis nol (H0) di tolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan promosi (X) terhadap pemilihan tempat kos (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan Persamaan garis regresi yakni $Y = a + b_1X_1$ dimana $Y = 5,684 + 0,343X$ yang penjelasannya sebagai berikut :

(a) merupakan konstanta yang besarnya 5,684 menyatakan bahwa jika variabel independent (fasilitas dan promosi) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (pemilihan tempat kos) sebesar 5,684.

(b) merupakan koefisien regresi dari X sebesar 0,343 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,343.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap pemilihan tempat kos. Secara parsial juga terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap pemilihan tempat kos.

Saran

Penyedia Jasa Kamar Kos sebaiknya mempunyai perencanaan promosi yang matang, sehingga tujuan yang dijalankan dapat tercapai, dan kebutuhan serta kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Akhmad, J. (2012). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan di Jalan Protokol Yogyakarta. *STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis*.
- Arianto, S. (2012). *Pengertian Fasilitas Belajar dan Jenisnya*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., & Barry, R. (2015). *Operations Management (Manajemen Operasi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Pearson Prentice

Hall lac: Global Edition.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall lac: Edition New Jersep.

Lupiyoadi, R., & A, H. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

Manullang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Tampubolon, V. (2018). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.

Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Jakarta : Prenada Media Group

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia.

Tyas, S. I. E. P. P. (2009). *Pengaruh Promosi, Lokasi, Fasilitas, Harga dan Kelompok Acuan terhadap Pemilihan Tempat Kos (Studi Kasus : Mahasiswa dan Mahasiswa yang Menyewa Jasa Kamar Kos di Daerah Mrican dan Seturan)*. Universitas Sanata Dharma.