

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Alasan penulis menjadikan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sebagai lokasi penelitian karena dari segi penelitian data yang di butuhkan oleh penulis mudah didapatkan, serta lokasi penelitian mudah dijangkau. Waktu pelaksanaan pada penelitian ini yaitu pada bulan Januari tahun 2022 sampai dengan selesai.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi semua karakteristik dan sifat-sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut. Tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari.¹

¹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Kediri: Literasi Media Publishig, 2015), h. 63.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 berjumlah 181 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi itu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili), hal ini diakibatkan oleh keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu.² Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara acak dan sederhana, artinya setiap unit mempunyai kesempatan yang sama untuk dapat dipilih sebagai sampel.³ Oleh karena itu penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut representatif atau dapat mewakili.

² Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...* h. 64

³ Bagus Sumargo, *Teknik Sampling*, (Jakarta Timur: UNJ Press, 2020), h. 28.

Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel yakni dengan menggunakan rumus Yamane atau yang lebih dikenal dengan rumus Slovin, yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.(e)^2}$$

$$n = \frac{181}{1 + 181(0,1)^2}$$

$$n = \frac{181}{2,81} = 64,412 \text{ disesuaikan oleh peneliti menjadi } 65$$

Responden.

Berdasarkan perhitungan rumus diatas maka sampel yang akan menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 65 mahasiswa dari seluruh total mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mengolah data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

C. Jenis Metode Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Metode Penelitian

Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴ Sifat penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk mengukur nilai suatu variabel atau lebih secara mandiri tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Metode penelitian kuantitatif deskriptif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk-bentuk angka yang memiliki makna.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 15.

2. Sumber Data

Untuk Mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan, Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer (primary data)

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data primer juga memiliki sifat up to date dan di sebut juga sebagai data asli atau data baru.⁵ Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer biasanya di dapat dari subjek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan, interview/wawancara. Cara untuk mendapatkan data primer biasanya melalui observasi /pengamatan langsung, subjek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk diisi, pertanyaan yang ditujukan untuk responden.⁶

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber resmi yang telah ada sebagai data pendukung dan tambahan informasi (peneliti sebagai tangan kedua) data sekunder ini bisanya berasal dari internet, buku, jurnal, laporan, dokumen, dan lain-lain untuk melengkapi data.⁷

⁵ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...* h. 67.

⁶ V. Wiranta Sujarweni dan Poly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU,2012), h. 21.

⁷ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...* h. 68.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mencari data primer dari variabel-variabel yang diteliti yaitu terdiri dari 4 cara:

1. Observasi

Observasi dalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mengamati guna mendapatkan data yang diinginkan. Maka observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan dengan menggunakan penciuman, penglihatan, perabaan, pendengaran atau jika perlu dengan suatu pengecapan. Instrumen yang digunakan dalam observasi yaitu pedoman pengamatan, tes, kuesioner, rekaman gambar serta rekaman suara.⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer untuk mendapatkan data serta informasi perilaku responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang tinggal ditempat kos dan kontrak rumah.

2. Wawancara

Interview atau wawancara merupakan suatu dialog yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh instrumen dari responden. Wawancara dalam penelitian ini untuk mendapatkan data dengan

⁸ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...* h. 64.

mencatat keterangan yang menunjang analisis penelitian. Dalam pelaksanaannya wawancara dilakukan secara bebas menanyakan apa saja kepada narasumber mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten pengguna jasa kos dan kontrak rumah dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang telah disusun dalam pedoman wawancara.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode pengumpulan data, bentuk lembaran angket dalam kusioner dapat berupa sejumlah pertanyaan yang tertulis oleh peneliti, tujuannya untuk memperoleh suatu informasi dari responden tentang apa yang dialami dan diketahuinya.⁹ Untuk memberikan kuesioner ini terdapat dua cara yaitu diberikan responden secara personal (*personally administered questionnaires*) dan kuisioner dengan cara dikirim melalui internet atau pos. jika penelitiannya dekat bisa dijangkau, maka pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos atau internet.

Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan angket atau kusioner secara tidak langsung kepada mahasiswa pengguna jasa kos dan kontrak rumah Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, responden dapat memilih salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia. Kuesioner yang digunakan adalah kusioner

⁹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...* h. 79.

tertutup. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup yaitu responden tinggal memilih jawaban yang sudah di sediakan.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Skala ini digunakan peneliti untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang satu objek atau fenomena tertentu. Adapun skor yang diberikan atas kategori tersebut yaitu

- a. Sangat setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Ragu-ragu (RG) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk menganalisis data dengan tujuan untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas secara terminologi berasal dari kata valid yang artinya sah, benar atau sah. Oleh karena itu uji validitas dapat diartikan sebagai suatu pengujian yang digunakan untuk mengukur tingkat kesahihan atau kebenaran suatu data untuk

digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur apa yang ingin diuji. Tujuan dari uji validitas adalah untuk memastikan bahwa item-item pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner dan wawancara tersebut valid atau sah untuk digunakan sebagai alat ukur variabel penelitian yang sedang dilakukan.¹⁰

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang akan diuji validitasnya. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} di mana *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item yang diuji dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} diperoleh dengan memperhatikan daftar tabel r dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$.¹¹

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang mengukur kedalaman suatu alat ukur terhadap objek yang diukurnya. Uji reliabilitas juga salah satu alat ukur yang menyatakan bahwa suatu tes dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama bila diujikan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda. Artinya kapanpun alat penilaian atau alat uji tersebut digunakan akan memberikan hasil relatif sama. Formula untuk mengukur masing-masing variabel yang

¹⁰ Agustina Marzuki dkk, *Praktikum Statistik*, (Malang: Ahlimedia Press, 2020), h. 61-62.

¹¹ Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 59-60.

digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah koefisien alfa (α) dari *Cronbach*. Teknik *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Suatu instrumen penelitian dianggap reliabel apabila *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,60$ (60%).¹²

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya normalitas residual, multikolonieritas, heteroskedastistas, dan autokorelasi pada model regresi. Model regresi linear disebut sebagai model yang baik jika model tersebut telah memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolonieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Alasan harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Jika ada satu syarat yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).¹³

a. Uji Normalitas

Pada dasarnya penarikan sampel penelitian telah melalui prosedur sampling, yang tepat, namun tidak tertutup kemungkinan

¹² Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca...* h. 72–76.

¹³ Rachmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, 2016), h. 107.

adanya penyimpangan. Oleh karena itu terhadap sampel yang diambil terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas juga biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio dengan pengujian SPSS (Statistical Product and Service Solution).

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal p plot, uji *Chi Square*, *Skewness* dan *Kurtosis* atau uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika Residual tidak normal tetapi dekat dengan nilai kritis maka dapat dicoba dengan metode lain yang mungkin memberikan justifikasi normal. Tetapi jika jauh dari nilai normal, maka dapat dilakukan beberapa langkah yaitu: melakukan transformasi data, melakukan trimming data outliers atau menambah data observasi.¹⁴

b. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas yaitu variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang Diponegoro, 2018), h. 161.

atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Maka regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Koefisiensi multikolonieritas merupakan koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Untuk metode uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan inflantior factor (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi linear apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas.¹⁶

Cara mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada

¹⁵ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Sleman: Deepublish, 2020), h. 128.

¹⁶ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi jadi mudah dengan IBM SPSS*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), h. 59.

metode ini apabila nilai Sig > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai Sig < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

d. Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji auto korelasi dengan SPSS 25 yaitu menggunakan metode uji Durbin Watson.¹⁸

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan lanjutan dari regresi linear sederhana, regresi linear sederhana hanya menyediakan satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Sedangkan regresi linear berganda hubungan yang memiliki lebih dari satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). model umum dari regresi linear berganda yaitu:¹⁹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

¹⁷ Ce Gunawan, Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian.. h. 128

¹⁸ Timotius Febry Dan Teofilus, *Spss Aplikasi Pada Manajemen Bisnis*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), h.71.

¹⁹ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 91.

Keterangan:

Y : Keputusan Pemilihan Jasa Kos dan Kontrak Rumah

a : Konstanta

b_1 : Koefisien Regresi Lokasi

b_2 : Koefisien Regresi Harga

b_3 : Koefisien Regresi Fasilitas

b_4 : Koefisien Regresi Kelompok Referensi

X_1 : Lokasi

X_2 : Harga

X_3 : Fasilitas

X_4 : Kelompok Referensi

e : error (pengganggu)

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk mengetahui variabel independen mana yang lebih dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} . Adapun pengujian melalui uji T adalah sebagai berikut

1. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.²⁰

b. Uji F (Simultan)

Uji F simultan digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Model Persamaan regresi dikatakan kriteria cocok jika variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (terikat). Lalu sebaliknya, tidak masuk kriteria jika tidak mempunyai pengaruh secara simultan. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t). Adapun pengujian melalui uji F adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

²⁰ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2018), h. 148.

2. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel dependen.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai adjusted r square (R^2).

Jadi koefisien determinasi (R^2) adalah kemampuan variabel X (variabel independent) mempengaruhi variabel Y (variabel terikat). Semakin besar koefisien determinasi (R^2) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y.²¹

²¹ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS...* h. 79

d. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $+1$ ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y . Jika $r = +1$ atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.

3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi samasekali antara variabel-variabel yang yang diteliti dan diuji.²²

Tabel 3. 1 **Skala Penelitian**

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

F. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari hal-hal yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain. Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memeberikan informasi tentang cara mengukur variabel. Operasional adalah definisi yang rumusnya menggunakan kata-kata yang opsional, sehingga

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitattif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2018), h. 108.

variabel dapat diukur. Operasional variabel adalah informasi ilmiah yang memudahkan peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama untuk sebuah penelitian. Karena berdasarkan informasi ini akan mengetahui cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun untuk konsep yang sama. Manfaat operasional variabel adalah untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel.²³ Dalam penelitian terdapat dua variabel yaitu:

1. Variabel bebas (Independent variable)

Variabel bebas merupakan variabel bebas yang biasa disebut dengan variabel independent, variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dinotasikan dengan (X), variabel bebas pada penelitian ini adalah:

- a) Lokasi (X_1)
- b) Harga (X_2)
- c) Fasilitas (X_3)
- d) Kelompok Referensi (X_4)

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat atau variabel dependen disebut juga dengan variabel output, kriteria, konsekuen, adalah variabel yang

²³ Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), h.54.

dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.²⁴ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pemilihan kos dan kontrak rumah (Y).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Lokasi (X ₁)	Lokasi diartikan sebagai peranan penting dalam mengalokasikan barang atau jasa dan melancarkan arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen. ²⁵	<p>Aksesibilitas, lokasi mudah dijangkau oleh transportasi</p> <p>2. Visibilitas, lokasi mudah dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.</p> <p>3. Lalu lintas, kelancaran akses menuju lokasi</p> <p>4. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman.</p> <p>5. Ekspansi, ketersediaan tempat yang cukup luas</p> <p>6. Lingkungan, daerah</p>

²⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian...* h. 52.

²⁵ Nurfajri Alimuddin, Skripsi. “*Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Permintaan Rumah sewa Di Kabupaten Nunukan*”, (Tarakan: Universitas Borneo Tarakan : 2019), h. 110-112.

		<p>yang mendukung jasa yang ditawarkan.</p> <p>7. Persaingan, ada dan tidaknya pesaing sejenis di lokasi sekitar.</p> <p>8. Peraturan pemerintah²⁶</p>
Harga (X_2)	Harga adalah sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. ²⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. 3. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar. 5. Harga sesuai kemampuan atau

²⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi offset, 2014), h.159.

²⁷ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2012), h.131.

		<p>daya saing harga membandingkan harga suatu produk dengan harga produk lainnya.²⁸</p>
Fasilitas (X ₃)	<p>Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.²⁹</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan atau perencanaan spasial sebuah ruangan. 2. Perencanaan ruang mencakup perencanaan interior dan arsitektur. 3. Perlengkapan atau perabotan sebagai sarana yang memeberikan kenyamanan,pajangan atau infrastruktur pendukung. 4. Tata cahaya dan Warna

²⁸ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 53.

²⁹ Ninik Srijani, Achmad Sukma Hidayat, *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center*, Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Vol. 7, No. 1, (Maret tahun 2017), h. 34.

		<p>5. Warna ruangan dan pengaturan pencahayaan.</p> <p>6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.</p> <p>7. Unsur pendukung Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung, seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir tempat lokasi makan dan minum, menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat kemanannya.³⁰</p>
<p>Kelompok Referensi (X₄)</p>		<p>1. Kelompok Formal kelompok yang memiliki struktur</p>

³⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 148.

		<p>organisasi didalamnya secara tertulis dan keanggotaan yang terdaftar secara resmi.</p> <p>2. Kelompok Informal kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis dan resmi.</p> <p>3. Kelompok Sekunder kelompok yang memiliki ikatan yang lebih longgar dari kelompok primer.</p> <p>4. Kelompok Primer kelompok kenggotaan yang terbatas yang berperan penting, interaksi antar anggota secara langsung.</p>
--	--	--

		<p>5. Kelompok Aspirasi Kelompok yang memperlihatkan keinginan untuk mengikuti norma, nilai, maupun perilaku dari orang lain yang dijadikan kelompok acuannya.</p> <p>6. Kelompok Disosiasi kelompok yang berusaha untuk menghindari asosiasi dari kelompok acuan.³¹</p>
Keputusan Pemilihan Kos dan Kontrak Rumah (Y)	Pengambilan keputusan adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang dipilih dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan terbaik. ³²	1. Pengenalan Masalah ketika pembeli menyadari sebuah masalah atau kebutuhan yang

³¹Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2003), h.163-165.

³²Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung, ROSDA : 2002), h.15.

		<p>dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.</p> <p>2. Pencarian Informasi konsumen mencari jumlah informasi yang terbatas.</p> <p>3. Evaluasi Alternatif tahap konsumen memproses informasi merek kompetitif dan melakukan sebuah penilaian untuk membuat keputusan akhir.</p> <p>4. Keputusan pembelian tahap evaluasi, keputusan pembelian konsumen membentuk referensi antara merek dalam kumpulan</p>
--	--	--

		beberapa pilihan. 5. Prilaku Pasca Membeli ketika konsumen mengalami konflik tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. ³³
--	--	--

³³ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran...* h. 25.