

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

**Oleh :
Rida Melani
NPM. 1502040262**



**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan: Ekonomi Syariah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2020 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
Rida Melani
NPM. 1502040262

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
Pembimbing II : Liberty, S.E., M.A

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan: Ekonomi Syariah

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Nama : Rida Melani

NPM : 1502040262

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syari'ah(ESy)

MENYETUJUI

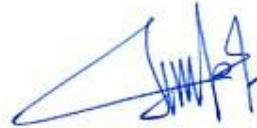
Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah jurusan Ekonomi
Syari'ah IAIN Metro.

Pembimbing I



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Metro, 26 Desember 2019
Pembimbing II



Liberty, SE., M.A
NIP. 197408242000032002

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Metro
di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah (ESY)
Yang Berjudul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan.

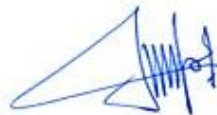
Demikian harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, 26 Desember 2019
Pembimbing II



Liberty, SE., M.A
NIP. 19740824 200003 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara 15Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.metrouniv.ac.id; e-mail:iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: 0186 /In.28.3 /D/PP.00.g /01/2020

Skripsi dengan Judul :FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM, disusun oleh: RIDA MELANI, NPM: 1502040262. Jurusan Ekonomi Syari'ah (Esy) yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/07 Januari 2020.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH:

Ketua/ Moderator	: Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H	(.....)
Penguji I	: Rina El Maza, S.H.I.M.S.I	(.....)
Penguji II	: Liberty., S.E, M.A	(.....)
Sekretaris	: Aulia Ranny Priyatna. M.E.Sy	(.....)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Huml.

NIP.19720923 200003 2 002

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

ABSTRAK

**Oleh
RIDA MELANI**

Rumah merupakan hal utama yang dibutuhkan sebagai tempat tinggal untuk berteduh dan beristirahat yang dicari sebelum melengkapi kebutuhan yang lainnya. Rumah kost merupakan pilihan alternatif bagi mahasiswa yang kuliah diperantauan untuk tempat tinggal selama kuliah berlangsung. Dalam pemilihan rumah kost mahasiswa harus menentukan keputusan sebagai pilihan dari beberapa alternatif dalam memecahkan sebuah masalah. Faktor yang mempengaruhi keputusan ada dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pengambilan keputusan ini merupakan proses dimana mahasiswa harus bisa memilih rumah kost yang sesuai dengan yang diinginkan. Seiring banyaknya rumah kost yang saling bersaing membuat mahasiswa harus menentukan keputusan yang sesuai dengan yang diinginkan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost dalam perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro angkatan 2015.

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost dalam perspektif ekonomi Islam. . Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Informan utama dalam penelitian ini berjumlah 15 orang mahasiswi yang memilih rumah kost. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost yaitu gaya hidup, pengetahuan, dan keluarga. Dan sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, dimana dalam hal pengambilan keputusan memilih rumah kost didasarkan pada pencarian informasi yang akurat sehingga tidak ada pihak yang terzalimi, serta atas rasa suka tanpa adanya paksaan, dan dimusyawarahkan bersama keluarga. Sehingga pada akhirnya kesepakatan yang telah diambil baik bagi orang yang menyewakan rumah kost ataupun mahasiswa sebagai penyewa rumah kost

Kata Kunci: Rumah kost, Keputusan Mahasiswa, dan Ekonomi Islam

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262
Jurusan : Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali, bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 26 Desember 2019

Yang Menyatakan,



Rida Melani
NPM. 1502040262

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”. (Q.S Al-Hujurat: 6)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, peneliti mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada :

1. Kedua Orangtuaku (Ibu Nani dan Alm. Bapak Sahri) yang senantiasa memberikan dukungan penuh baik dukungan moril berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Saudara-saudaraku terkasih, Rita Obtina, Rico Irawan dan Rizky nurhadi.
3. Sahabat-sahabatku Eni Russmiatun, Desi Pratiwi, Indah Pusparini, Fitri Agustia, Anita Fitriana, Aprida Kurniasih, Erviani Muslimah, Nicken Ayu Aulian Putri, serta Rima Handayani yang selalu menemani dan membersamaiku.
4. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015, terkhusus Kelas C yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
5. Almamaterku, Institut Agama Islam Negari (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat iman, islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan lancar tanpa hambatan suatu apapun. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada beliau baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut diteladani baik perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah-mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau di yaumul akhir. Aamiin

Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program SI Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah.
4. Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H selaku pembimbing I dan Ibu Liberty, SE., M.A selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan, masukan, dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademik Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penelitian karya ilmiah selanjutnya. Dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan bagi pihak-pihak yang terkait.

Metro, Desember 2019

Penulis



Rida Melani

NPM 1502040262

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relavan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Konsumen	11
1. Pengertian Pengambilan Keputusan	11
2. Proses Pengambilan Keputusan Dalam Islam	13
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	17
B. Jasa Rumah Sewa	22
1. Pengertian Jasa	22
2. Jenis-jenis Jasa	23
3. Karakteristik Jasa	24

4. Jasa Rumah Kost	25
C. Ekonomi Islam	29
1. Pengertian Ekonomi Islam	29
2. Perilaku Konsumsi Dalam Islam.....	30
3. Dasar Hukum Konsumsi Dalam Islam	31
4. Kaidah/Dasar Konsumsi Dalam Islam	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Sifat Penelitian	34
B. Sumber Data.....	35
1. Sumber Data Primer	35
2. Sumber Data Sekunder	37
C. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Metode Dokumentasi	37
2. Metode Wawancara	38
D. Teknis Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
1. Sejarah Desa Banjarejo	40
2. Karakteristik Responden	41
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost	42
C. Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Orang Tua	42
Tabel 4.3 Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Persepsi	56
Tabel 4.4 Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Pengetahuan	57
Tabel 4.5 Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Sikap	58
Tabel 4.6 Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Pembelajaran	59
Tabel 4.7 Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Gaya Hidup	60
Tabel 4.8 Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Motivasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
2. Surat Izin Pra Survey
3. Surat Tugas
4. Surat Izin Research
5. Out Line
6. Alat Pengumpul Data
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto Wawancara
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas dan perilaku ekonomi tidak lepas dari karakteristik manusianya. Pola perilaku, bentuk aktivitas dan pola kecenderungan terkait dengan pemahaman manusia terhadap makna kehidupan itu sendiri.¹ Oleh karena itu perilaku manusia sangat berpengaruh terhadap ekonomi, hal itu disebabkan oleh aktivitas dan perilaku ekonomi dipengaruhi dengan sifat dan karakteristik manusia sebagai subyeknya. Perilaku konsumen adalah proses yang di lalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.²

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia membutuhkan manusia lain, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup secara individu. Allah SWT telah menjadikan manusia saling membutuhkan dengan manusia lainnya supaya mereka tolong menolong, tukar menukar keperluan dan semua urusan kepentingan hidup serta pemenuh kebutuhan hidupnya.

Menurut Abdul Manan Ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-

¹ Veithzal Rivai, *Islamic Economics (Ekonomi Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi)* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 12.

² Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen, Ed. 1* (Yogyakarta: Pustaka Andi, 2005), 9.

nilai Islam.³ Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang multidimensi/interdisiplin, komprehensif, dan saling terintegrasi, meliputi ilmu islam yang bersumber dari Alquran dan sunah, dan juga ilmu rasional (hasil pemeriksaan dan pengalaman manusia), dengan ilmu ini manusia dapat mengatasi masalah-masalah keterbatasan sumber daya untuk mencapai *falah* (kebahagiaan). Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun islam.⁴

Sistem ekonomi Islam sebaiknya harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari agar dalam prakteknya sesuai dengan ajaran Islam yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Begitu juga dengan masalah konsumsi, baik secara langsung atau tidak langsung. Islam senantiasa memberikan arahan untuk menjalani hidup yang sesuai dengan tuntunan Rasullullah SAW.

Keputusan konsumen merupakan permulaan dari semua kegiatan manusia yang sadar dan terarah, baik secara individu, kelompok, maupun institusional. Jadi, barang siapa yang menghendaki adanya kegiatan (aktivitas) tertentu, ia harus mampu dan berani mengambil keputusan yang berhubungan dengan hal itu setepat-tepatnya dan dalam keputusan akan

³ Fauzan Amor, *Ekonomi Islam: Suatu Pengantar* (Jakarta: Uhamka Press, 2016), 6

⁴ *ibid.*, 5

menimbulkan aktivitas atau mengakhiri aktivitas.⁵ Jadi dapat dikatakan bahwa keputusan konsumen merupakan kegiatan awal dari semua kegiatan yang diambil secara sadar dan terarah untuk aktivitas yang akan dilakukan.

Pendidikan merupakan hal utama bagi setiap individu yang tidak langsung dapat dinikmati hasilnya, melainkan investasi dimasa mendatang dalam meningkatkan sumber daya manusia. Dengan adanya pendidikan maka sumber daya manusia akan jauh lebih baik. Pendidikan diharapkan dapat mencetak sumber daya manusia yang cerdas serta kepribadian yang berkarakter, berakhlak, kreatif, dan bertanggung jawab. Pendidikan menengah sebaiknya mampu memberi bekal kompetensi untuk melanjutkan studinya ke perguruan tinggi.

Perguruan tinggi merupakan wadah atau penampung bagi para siswa yang ingin melanjutkan studinya ke tingkat yang lebih tinggi untuk dapat melahirkan mahasiswa yang mampu bersaing disegala bidang keilmuan. Perguruan tinggi bukan sekedar lembaga pendidikan saja, melainkan juga sebagai lembaga yang menjalurkan antara mahasiswa dengan masyarakat sekitar agar ilmu yang didapat bisa bermanfaat tak hanya bagi mereka sendiri tapi juga orang lain.

Usaha skala mikro disekitar masyarakat seperti usaha sewa kamar kost merupakan bentuk sosial ekonomi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan

⁵ Malayu Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Raksa, 2007), 53.

hidup.⁶ Banyaknya mahasiswa yang menjalankan studi perguruan tinggi diluar kampung halaman, mengharuskan mahasiswa mencari tempat tinggal sementara selama masa perkuliahan berlangsung. Karena tempat tinggal merupakan kebutuhan primer dalam kehidupan manusia selain sandang dan pangan. Rumah kost menjadi alternatif bagi mahasiswa yang tinggal diluar kampung halaman.

Rumah kost merupakan sebutan yang lumrah yang biasa disebut mahasiswa yang kuliah diperantauan. Rumah kost dipilih sebagai alternatif tempat tinggal cadangan bagi mahasiswa yang jauh dari rumah untuk belajar selama kuliah. Agar memperoleh rumah kost yang sesuai dengan yang diinginkan, ada beberapa faktor yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh mahasiswa sebelum memutuskan rumah kost mana yang akan dipilih.

Area disekitar kampus yang beradius kurang dari satu kilometer (dekat), hingga yang beradius lebih dari satu kilometer (sedang) merupakan daerah-daerah yang menyediakan rumah kost bagi mahasiswa. Karena rumah kost dapat memberikan penghasilan tambahan dan peminatnya cukup banyak karena banyaknya anak rantau yang sekolah atau kuliah di Metro.⁷

Lingkungan sekitar merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih rumah kost. Sebagai tempat persinggahan, rumah kost diharapkan dapat memberikan tempat yang nyaman, aman serta kondusif untuk belajar dan nyaman. Selain itu, tempat yang mendukung serta

⁶ Skripsi Tiyas Ayuk Widyawati, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat dalam Memilih Usaha Sewa Kamar Kost Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung)*”, (IAIN Tulung Agung, 2018), 1.

⁷ Wawancara kepada Ibu Puji Rahayu pemilik rumah kost, Pada 21 Februari 2019

strategis untuk menuju kekampus, mencari makan, fotocopy, laundry, serta tempat-tempat yang dapat menjadi pertimbangan dalam memilih rumah kost. Namun, tidak sedikit anak kost mengeluhkan peraturan yang dapat merugikan baik pemilik kost dan penyewa kost seperti kebersihan tempat kost yang membuat tidak nyaman konsumen, kerusakan yang terjadi dipindahtanggankan ke konsumen, dan lain sebagainya.⁸

Harga sewa kost merupakan faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan dalam memilih rumah kost. Pemilihan rumah kost akan disesuaikan dengan penghasilan orang tua dari mahasiswa tersebut, dan mahasiswa akan memilih rumah kost yang ditawarkan oleh pemilik kost sesuai dengan penghasilan orang tua. Tetapi, tidak sedikit mahasiswa yang memilih tempat kost dengan pembayarannya bisa dicicil.

Selain lingkungan dan harga sewa, fasilitas juga menjadi faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih rumah kost. Ada banyak fasilitas yang ditawarkan oleh rumah kost, seperti tersedianya wifi, tempat parkir yang luas, adanya ruang tamu, bahkan perlengkapan seperti kasur, lemari, meja belajar sudah tersedia.⁹

Mahasiswa yang memilih rumah kost juga dapat dipengaruhi oleh teman, saudara, dan orang disekelilingnya untuk dapat mempertimbangkan pendapat dari orang-orang disekitarnya yang sudah pernah memilih rumah kost.

⁸ Wawancara kepada Siti Choiriyah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 20 Februari 2019

⁹ Wawancara kepada Lia Fitriana Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 20 Februari 2019

Berdasarkan hasil *survey* yang peneliti dapatkan dari kasubbag akademik bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015 IAIN Metro sebanyak 280 mahasiswa. Mahasiswa yang memilih rumah kost berjumlah 25 mahasiswa dari 10 pemilik rumah kost. Peneliti mengambil sampel 15 mahasiswi yang memilih rumah kost yang sesuai dengan kriteria dan 5 pemilik rumah kost yang sesuai dengan pilihan mahasiswa memilih rumah kost. Pemilihan sampel yang terbatas pada mahasiswi saja, dikarenakan mahasiswa memilih untuk ngontrak rumah, bukan rumah kost. Dan pemilihan tempat penelitian yaitu hanya di 38b Banjarrejo, sisanya ada yang sudah lulus, ada yang tinggal di rumah kontrakan, mondok, tinggal dengan saudara, dan pulang-pergi dari rumah ke kampus.

Berdasarkan banyaknya faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa memilih rumah kost, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa IAIN Metro memilih rumah kost dalam perspektif ekonomi islam?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa IAIN Metro dalam memilih rumah kost perspektif ekonomi islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi dan literatur yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi islam khususnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan pemilihan rumah kost yang baik bagi mahasiswa saat menempuh pendidikan sekaligus dapat dijadikan acuan dan pedoman masyarakat yang akan membangun rumah kost yang banyak diminati dan disukai mahasiswa.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji.¹⁰ Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan menemukan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti yaitu:

¹⁰ LP2M, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 39.

Menurut hasil penelitain Isnaini Nur Hasanah yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Transaksi Online (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Angkatan 2012). Dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa STAIN Angkatan 2012 memilih transaksi online adalah transaksi mudah, praktis, cepat dan hemat waktu, harga lebih murah, ketersediaan barang dipasaran.¹¹

Penelitian Fikri Azis Rahman yang berjudul Pengaruh Merek Tas Chanel Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro Prodi Ekonomi Syariah Angkatan Ekonomi Syariah Angkatan 2013). Berdasarkan hasil analisis data, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa ada beberapa faktor yang mendorong mahasiswi untuk melakukan keputusan pembelian pada merek tas chanel dan prilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari internal konsumen maupun eksternal. Faktor eksternal yang mempengaruhi konsumen diantaranya adalah faktor budaya dan sosial sedangkan pada faktor internal adalah faktor pribadi dan faktor psikolog. Selain itu prilaku konsumen yang terjadi pada mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2013 menggambarkan bahwa prilaku konsumen tersebut lebih mengarah pada sikap pemborosan dan lebih menekankan keinginan dari pada kebutuhan dan hal ini tidak diperbolehkan dalam ekonomi Islam.¹²

¹¹ Skripsi Isnaini Nur Hasanah, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Transaksi Online pada Mahasiswa STAIN Angkatan 2012*, (STAIN Metro, 2017)

¹² Skripsi Fikri Azis Rahman, *Pengaruh Merek Tas Chanel Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro Prodi Ekonomi Syariah Angkatan Ekonomi Syariah Angkatan 2013)*, (STAIN Metro, 2017)

Penelitian Tiyas Ayuk Widyawati, yang berjudul Faktor–faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat dalam Memilih Usaha Sewa Kamar Kost Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung). Dengan menggunakan matriks SWOT yang terdiri dari *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *treats* menunjukkan beberapa indikator tentang usaha sewa kamar kost. Dari beberapa indikator tersebut dapat diketahui bahwa pengusaha sewa kost mengambil alternatif strategi SO, dimana pengusaha harus bisa memanfaatkan peluang yang ada, yaitu usaha sewa kost yang berlokasi dekat dengan area kampus harga sewa harus terjangkau bagi mahasiswa, pemasaran yang mudah dapat meningkatkan daya beli penyewa tinggi, dan selain keuntungan berupa materi yang besar usaha ini juga dapat memberi kesempatan kerja kepada masyarakat sekitar. Ditinjau dari ekonomi Islam usaha sewa kost sudah sesuai dengan syariat Islam, hal ini dibuktikan dengan dalam melakukan usaha pemilik kost menerapkan prinsip pertanggungjawaban dan prinsip *adl'*, selain itu dalam usaha ini menggunakan akad *ijarah*.¹³

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membedakan dari penelitian ini adalah jika Penelitian Isnaini Nur Hasanah membahas mengenai Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Transaksi Online (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Angkatan 2012), penelitian Fikri

¹³ Skripsi Tiyas Ayuk Widyawati, “*Faktor–faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat dalam Memilih Usaha Sewa Kamar Kost Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung)*”, (IAIN Tulung Agung, 2018)

Azis Rahman mengenai Pengaruh Merek Tas Chanel Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro Prodi Ekonomi Syariah Angkatan Ekonomi Syariah Angkatan 2013), dan penelitian Tiyas Ayuk Widyawati membahas mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat dalam Memilih Usaha Sewa Kamar Kost Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung).

Berdasarkan pernyataan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa masing-masing penelitian diatas sangat berkaitan. Akan tetapi terdapat persamaan dan perbedaan yang mendasar mengenai permasalahan yang akan peneliti lakukan. Persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai keputusan konsumen dan perbedaannya dalam penelitian ini memiliki kajian yang berbeda dari segi objek penelitian. Penelitian yang akan dilakukan peneliti membahas tentang Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost dalam Perspektif Ekonomi Islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Konsumen

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.¹ Keputusan pada dasarnya merupakan proses memilih suatu penyelesaian dari beberapa alternatif yang ada, keputusan yang akan kita ambil tentunya perlu didukung sebagai faktor yang akan memberikan keyakinan pada kita sebagai pengambilan keputusan bahwa keputusan tersebut telah tepat.²

Suatu keputusan (*decision*) merupakan pilihan yang terbaik dan suatu retentan tindakan untuk mencapai tujuan. Untuk membuat pilihan tersebut memerlukan analisis keputusan, dengan mengklasifikasikan dengan membedakan apa yang harus dicapai dengan apa yang ingin dicapai. langkah kedua adalah mengklasifikasikan tujuan berdasarkan prioritas. Langkah ketiga adalah mempertimbangkan berbagai alternatif dan memilih alternatif yang terbaik untuk dilaksanakan.³

¹ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2014), 163.

² Erni Trismawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2006), 116.

³ Amin Wijaya Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 203.

Sebelum merencanakan pemasaran suatu perusahaan perlu mengidentifikasi konsumen, sasarannya dan proses keputusan mereka. Walaupun banyak keputusan pembelian melibatkan hanya satu pengambilan keputusan, keputusan yang lain mungkin melibatkan beberapa peserta yang memerankan peran, pencetus ide, pemberi pengaruh, pengambil keputusan, pembeli dan pemakai.⁴ Keinginan untuk membeli timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilihatnya, menurut Howard dan Shay membeli (*buyingintention*) akan melalui lima tahapan, yaitu :

1. Pemenuhan kebutuhan (*need*)
2. Pemahaman kebutuhan (*recognition*)
3. proses mencari barang (*search*)
4. Proses evaluasi (*evaluation*)
5. Pengambilan keputusan pembelian (*decision*)⁵

Menurut G.R. Terry pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai pemilihan alternatif kelakuan tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan pengambilan keputusan adalah proses penentuan keputusan yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk melakukan aktivitas-aktivitas pada masa yang akan datang.⁶

Pengambilan keputusan merupakan seseorang atau kelompok yang berwenang untuk membuat pilihan akhir, atau keputusan memilih,

⁴ Muhammad Rhendria Dinawan, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Pt Harpindo Jaya Semarang), Volume IX, No. 3, Desember (2010): 337.

⁵ *Ibid.*, 338.

⁶ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 54-55.

satu diantara beberapa alternatif solusi terhadap masalah atau pencapaian tujuan.⁷ Keputusan konsumen merupakan proses interaksi anatara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. Sikap kognitif merefleksikan sikap pemahaman, sikap afektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavioral merefleksikan sikap tindakan nyata.⁸

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses bagaimana mnenetapkan keputusan yang terbaik dari berbagai alternatif untuk dilaksanakan dimasa yang akan datang. Pengambilan keputusan dilakukan tidak secara langsung, melainkan dengan melakukan dengan beberapa tahap untuk mengambil keputusan tersebut. Pengambilan keputusan seorang konsumen yang diambil merupakan keputusan yang tepat, akan tetapi tidak selalu dalam bentuk keputusan untuk membeli, melainkan juga keputusan untuk menunda pembelian atau tidak sama sekali membeli.

2. Proses Pengambilan Keputusan

Ada beberapa proses dalam pengambilan keputusan yaitu:

a. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan awal dari adanya permasalahan yang dihadapi konsumen yang perlu segera

⁷ Riski Dermawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi, Konsep Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 69.

⁸ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 195.

diselesaikan. Seseorang yang merasa lapar memerlukan solusi dalam bentuk memenuhi kebutuhan akan rasa laparnya, yakni makanan. Seorang konsumen yang mempunyai permasalahan dalam bentuk sakit, memerlukan untuk memenuhi kebutuhan dalam bentuk mencari puskesmas atau dokter untuk mendapatkan obat guna mengatasi sakitnya. Dalam pengenalan kebutuhan ini secara sadar dibutuhkan juga komponen-komponen lain dalam rangka mengatasi kebutuhan tersebut.⁹

Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, pemasar dapat mengidentifikasi masalah yang paling sering menimbulkan suatu minat pada suatu kategori produk tertentu. Pemasar kemudian dapat mengembangkan strategi-trategi pemasaran yang memicu minat konsumen.¹⁰

b. Pencarian informasi (*intelligence*) konsumen

Meliputi pencarian sumber-sumber informasi oleh konsumen. proses informasi dilakukan secara selektif, konsumen memilih informasi yang paling relevan bagi benefit yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka. Memproses informasi meliputi aktivitas mencari, memperhatikan, memahami, menyimpan dalam ingatan, dan mencari tambahan informasi.¹¹

⁹ Riski Dermawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi*, Konsep Dan Aplikasi (Bandung : Alfabeta, 2013), 212.

¹⁰ A.B.Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta : Selemba Empat, 2000), 251.

¹¹ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta : Rineka Cipta 2009), 228.

Sumber-sumber informasi konsumen terdiri dari:

- a. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan
- b. Sumber niaga/komersial : iklan, tenaga penjual, kemasan, dan pemajangan
- c. Sumber umum : media massa dan organisasi konsumen
- d. Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.¹²

c. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek. Konsumen sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui beberapa prosedur evaluasi. Bagaimana cara konsumen mengevaluasi alternatif bergantung pada konsumen pribadi dan situasi pembelian tertentu.¹³

Ketika mengevaluasi alternatif-alternatif yang potensial, konsumen cenderung mempergunakan dua tipe informasi, yaitu:

- 1) Senarai merek yang mereka rencanakan untuk digunakan dalam memilih (*evoked set*).
- 2) Kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi tiap-tiap merek.¹⁴

¹² Dedy Ansari Harahap, Jurnal Keuangan dan Bisnis *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak usu (PAJUS) Medan*, Vol. 7, No. 3, November (2015): 232.

¹³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, dari judul asli *Principles of Marketing Twelfth Edition*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 180-181

¹⁴ Ristiayanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 233-234

d. Pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.¹⁵

e. Evaluasi pasca pembelian

Jika kinerja produk sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan puas. Jika tidak, kemungkinan pembelian kembali akan berkurang.¹⁶

Di dalam proses pengambilan keputusan, seseorang berurusan dengan nilai nilai masa yang akan datang hingga tingkat tertentu tidak diketahui. Pemilihan alternatif selalu didasarkan pada beberapa kriteria seperti misalnya bertujuan untuk menekan biaya, untuk menghemat waktu. kriteria yang digunakan itu berpengaruh kepada pilihan alternatifnya.¹⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat digarisbawahi bahwa proses dalam keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

¹⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip...*,180

¹⁶ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, 228

¹⁷ George R.Terry, *Prinsip –Prinsip Manajemen* (Jakarta: PT Bumi Aksara 2003), 36.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yaitu :

1. Faktor Internal

Pengaruh faktor internal atau faktor individu seperti (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan sikap, pembelajaran, kelompok usia dan gaya hidup) kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan risiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik.¹⁸

a. Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi-informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pengalaman, pendidikan, minat, dan perhatian.¹⁹ Dari adanya persepsi yang berbeda dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang akan diambil.

b. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal. Keluarga yang terdiri dari ayah, ibuk, anak, kakek, nenek, paman, serta bibi mempunyai pengaruh yang sangat kuat

¹⁸ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpinan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Office, 2013), 41.

¹⁹ *Ibid.*, 42.

pada perilaku pembeli. hal ini dapat dimaklumi karena dalam suatu keluarga anatar satu anggota keluarga dengan anggota keluarga yang lain mempunyai pengaruh dan peranan yang sama pada saat melakukan pembelian.²⁰ Keluarga merupakan satu-satunya faktor yang menjadi acuan dalam pemilihan keputusan.

c. Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*product knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*). Adanya pengetahuan dapat memilih mana yang tepat keputusan yang akan diambil.

d. Sikap

Sikap merupakan nilai yang bervariasi (suka-tidak suka). sikap ini ditunjukkan terhadap suatu objek, bisa personal atau non personal. Sikap dan keyakinan merupakan daya yang kuat dan langsung mempengaruhi persepsi serta perilaku konsumen. Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau merek dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen sehingga dapat membeli produk atau merek baru atau produk yang sudah ada di

²⁰ *Ibid.*, 43.

perusahaan.²¹ Sikap merupakan keadaan dalam melihat situasi dalam pengambilan keputusan.

e. Pembelajaran

Pembelajaran terjadi ketika konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Mereka akan terus berusaha / mencoba membeli berbagai macam pilihan produk sampai benar benar puas. Produk yang paling memberikan kepuasan itulah yang akan dipilih dilain waktu.²² Pembelajaran adalah percobaan dalam pemilihan keputusan kemudian dilihat apakah pantas untuk dimabil keputusan nya atau tidak.

f. Kelompok usia

Usia mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Anak-anak mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Ketika membuat sebuah keputusan, remaja sudah mulai mempertimbangkan beberapa hal: model, desain dan lain lain, mereka cenderung emosional. Keputusan pembelian produk yang dibuat orang tua cenderung rasional, banyak yang dipertimbangkan seperti harga, mafaat, dan lain-lain.²³ Kelompok usia dalam pengambilan keputusan ini sudah banyak pertimbangan dengan tidak terburu-buru.

²¹ *Ibid.*, 44.

²² *Ibid.*, 45.

²³ *Ibid.*, 46.

g. Gaya hidup

Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Pengelompokan segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup konsumen dikukur dengan beberapa indikator yaitu bagaimana mereka menghabiskan waktu, bagaimana minat konsumen, bagaimana konsep diri dan bagaimana karakter dasar manusia seperti daur kehidupan, penghasilan, status sosial dan lain sebagainya, gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh kelas sosial, pendidikan, kepercayaan, lingkungan dan lain-lain.²⁴ Gaya hidup merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan.

h. Motivasi dan Keterlibatan

Seorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan. motivasi ialah alasan untuk berperilaku. Motif merupakan kerangka yang mencerminkan pengaruh dari dalam diri yang mendorong perilaku dan memberi arah tertentu kepada respons yang timbul.²⁵ Motivasi adalah keadaan seseorang yang mendorong apakah keputusan tersebut bisa diambil atau tidak.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Mohammad Machfoed, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Andi, 2007), 61.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal dalam pengambilan keputusan yaitu :

a. Faktor budaya

Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.²⁶

Budaya merupakan kebiasaan masyarakat dalam menyerap kebiasaan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Pemasaran usaha

Hal ini terkait dengan strategi dari sebuah bisnis yang meliputi merek, kualitas, pelayanan, harga, dan manfaat produk atau layanan jasa tersebut. Sehingga mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli.²⁷ Pemasaran usaha merupakan strategi yang tepat dalam pemilihan keputusan konsumen.

c. Faktor kelas sosial

Suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan dalam masyarakat. Seperti keluarga, kelompok kecil serta peranan status sosial konsumen. perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil dalam

²⁶ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2002), 39.

²⁷ *Ibid.*, 39

lingkungannya.²⁸ Kelas sosial adalah perilaku dalam pemilihan keputusan yang dipengaruhi oleh kelompok atau kelas sosial.

Berdasarkan uraian di atas dapat digarisbawahi bahwa keputusan pembeli dipengaruhi oleh faktor-faktor, yaitu faktor persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan sikap, pembelajaran, kelompok usia, gaya hidup, budaya, pemasaran usaha, dan faktor kelas sosial.

B. Jasa Rumah Sewa

1. Pengertian Jasa

Menurut Philip Kotler, jasa adalah: “Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.”

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, jasa adalah: “Aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas, dan lain-lain.”²⁹

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

²⁸ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran* (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2015), 13

²⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), 17

mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik.³⁰

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dalam bentuk fisik dan konstruksi, yang digunakan pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atas pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Objek yang ditawarkan tidak berbentuk fisik melainkan manfaat yang dapat dirasakan.

2. Jenis-jenis Jasa

Menurut Lovelock jasa pada dasarnya dapat dibedakan menjadi 3, yaitu:

1. *Rented Goods Service*

Dalam jenis ini, konsumen menyewa dan menggunakan suatu produk berdasarkan tarif yang telah ditetapkan selama jangka waktu tertentu. Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, sedangkan kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan atau perorangan yang menyewakannya. Contoh: perusahaan penyewaan mobil penyewaan rumah, hotel, komputer dan sebagainya.

2. *Owned Goods Service*

Dalam jenis ini, produk-produk yang dimiliki konsumen dikembangkan atau dirawat oleh perusahaan jasa. Jenis jasa ini juga mencakup perubahan bentuk produk (barang) yang dimiliki konsumen. Contoh: jasa perbaikan mobil, AC, salon kecantikan dan sebagainya.

³⁰ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran cet.ke-12 jilid 2*, (New Jersey: Pearson Education, 2006), 42.

3. *Non-Goods Service*

Dalam jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan pada para pelanggan. Contoh: jasa bank, jasa asuransi, jasa pendidikan, jasa ekspedisi dan sebagainya.³¹

3. Karakteristik Jasa

1. Tidak berwujud

Jasa memiliki sifat tidak berwujud karena tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, diraba atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.

2. Tidak dapat dipisahkan

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya. Sumber itu merupakan orang atau mesin, hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. Berubah-ubah

Jasa mudah berubah-ubah karena sangat bergantung pada pihak yang menyajikan, waktu, dan tempat disajikan.³²

4. Daya tahan

Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada karena menghasilkan jasa di muka dengan mudah.³³

³¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), 8-9.

³² Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2015), 104.

³³ *Ibid.*, 105.

4. Jasa Rumah Kost

Rumah kost merupakan tempat tinggal sementara yang bisa ditempati setelah membayar sewa. Sewa kamar bisa dilakukan perminggu, perbulan, atau pertahun sesuai dengan kesepakatan. Pengelola kost biasanya mematok tarif sewa kamar sesuai dengan luas kamar dan fasilitas yang ditawarkan. Semakin lengkap fasilitas dan strategis lokasi semakin tinggi harga sewa.

Ada beberapa kriteria pemilihan rumah kost, diantaranya sebagai berikut:³⁴

1. Jenis-jenis tempat kost

a. Kost Putri

Kost putri adalah tempat kos yang menyediakan jasa sewa kamar dan diperuntukkan khusus untuk mahasiswi

b. Kost Putra

Kost Putra adalah tempat kos yang menyediakan jasa sewa kamar dan diperuntukkan khusus untuk mahasiswa.

c. Kost Campuran

Kost campuran adalah tempat kos yang menyediakan jasa sewa kamar tanpa memperhatikan jenis kelamin (mahasiswa dan mahasiswi).³⁵

³⁴ Skripsi Septiana Indah Edy Puspita Purwaning Tyas, “*Pengaruh Promosi, Lokasi, Fasilitas, Harga dan Kelompok Acuan Terhadap Pemilihan Tempat Kos* (Studi Kasus: Mahasiswa dan Mahasiswi yang menyewa jasa kamar kos di daerah Mrican dan Seturan), (Universitas Sanata Dharma, 2009), 53.

³⁵ *Ibid.*, 53.

2. Jenis-jenis Kamar Kost

- a. Kamar Kost berukuran kecil, yaitu berukuran 2 x 2,5 meter
- b. Kamar Kost berukuran sedang, yaitu berukuran 2,5 x 3 meter
- c. Kamar Kost berukuran besar, yaitu berukuran 3 x 3 meter
- d. Kamar Kost dengan fasilitas kamar mandi didalamnya.³⁶

3. Fasilitas

Fasilitas adalah barang-barang yang telah disediakan pemilik kos untuk memenuhi kebutuhan penyewa kos. Fasilitas juga menjadi salah satu faktor pertimbangan bagi calon penyewa jasa kos sebelum mereka memutuskan untuk menyewa sebuah kamar.

Fasilitas dibedakan menjadi 2, yaitu:

a. Fasilitas Kos

Fasilitas kos adalah fasilitas yang biasanya disediakan pemilik kos untuk digunakan secara bersama-sama (Seluruh penghuni kos). Fasilitas kos antara lain: ruang tamu, kamar mandi, dapur, tempat menjemur pakaian, garasi, televisi. Tetapi untuk tempat kos berstandar mewah biasanya pengelola kos menambahkan fasilitas tambahan seperti: air panas, laundry, atau free hot spot.

b. Fasilitas kamar kos

Fasilitas kamar adalah fasilitas yang didapat masing-masing penghuni kamar kos. Pada umumnya fasilitas yang ada dimasing-

³⁶ *Ibid.*, 54.

masing kamar, antara lain: tempat tidur, kasur, meja, kursi, almari. Tetapi untuk kamar kos yang berstandar mewah pemilik kos menambahkan AC untuk menambah kenyamanan penghuni kamar kos.³⁷

4. Harga atau Tarif Tambahan

Terdapat beragam variasi harga sewa kamar masing-masing tempat kos, yaitu:

- a. Harga Rp. 150.000 – Rp. 175.000,- per bulan (untuk kamar yang berukuran kecil)
- b. Harga Rp. 175.000 – Rp. 250.000,- per bulan (untuk kamar yang berukuran sedang)
- c. Harga Rp 250.000 – Rp. 350.000,- per bulan (untuk kamar yang berukuran besar)
- d. Harga 350.000 – 500.000,- per bulan (untuk kamar kos dengan sasaran konsumen menengah keatas/kos berstandar mewah)
- e. Harga lebih dari Rp. 500.000,- per bulan (untuk kamar kos dengan sasaran konsumen kalangan atas/kos berstandar mewah).

Selain harga sewa kamar, ada juga tarif tambahan yang harus dibayar penyewa kamar apabila mereka membawa barang-barang keperluan pribadi khususnya barang elektronik. Seperti: komputer, televisi, dispenser, rice cooker, dan kipas angin. Hal ini dilakukan

³⁷ *Ibid.*, 55.

sebagai biaya tambahan pembayaran listrik yang digunakan penyewa kamar diluar fasilitas yang telah disediakan pemilik kos.³⁸

5. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah cara membayar sewa kos yang telah ditetapkan setiap pemilik kos kepada pengguna jasa kos dan telah disepakati pada waktu pertama kali memutuskan penyewa kamar.

Terdapat macam-macam sistem pembayaran yang diberlakukan masing-masing pemilik kos yaitu:

a. Pembayaran dilakukan setiap bulan (per bulan)

Pembayaran dengan sistem ini biasanya dilakukan diawal bulan, dan pemilik kos memberi toleransi waktu membayar mulai dari tanggal 1 sampai dengan tanggal 10. Saat awal masuk, biasanya penyewa kos membayar untuk 3 bulan pertama setelah itu dilakukan perbulan.

b. Pembayaran dilakukan setiap tiga bulan (per tiga bulan)

Penyewa kamar kos membayar sewa kamar untuk tiga bulan kedepan.

c. Pembayaran dilakukan setiap semester (per enam bulan)

Penyewa kamar kos membayar sewa kamar untuk enam bulan kedepan.

d. Pembayaran dilakukan setiap tahun (per tahun)

³⁸ *Ibid.*, 56.

Penyewa kamar kos membayar sewa kamar untuk satu tahun kedepan.³⁹

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Menurut M. Umer Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.⁴⁰

Ekonomi islam adalah suatu ilmu yang multidimensi/interdisiplin, komprehensif, dan saling terintegrasi, meliputi ilmu islam yang bersumber dari Alquran dan sunah, dan juga ilmu rasional (hasil pemeriksaan dan pengalamann manusia), dengan ilmu ini manusia dapat mengatasi masalah-masalah keterbatasan sumber daya untuk mencapai *falah* (kebahagiaan).⁴¹

Berdasarkan paparan diatas dapat digarisbawahi bahwa ekonomi islam adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan sumber daya alam yang bersumber dari alquran dan sunah dalam mencapai kebahagiaan.

³⁹ *Ibid.*,

⁴⁰ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif :Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 14

⁴¹ Veithzal Rivai & Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan OPSI Tetapi SOLUSI*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 91

2. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Konsumsi islam adalah kegiatan memanfaatkan atau menghabiskan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam upaya menjaga kelangsungan hidup dengan ketentuan syariat.⁴² Islam mengajarkan agar manusia menjalani kehidupannya secara benar, sebagaimana yang telah diatur oleh Allah SWT. Bahkan usaha untuk hidup secara benar inilah yang menjadikan hidup seseorang bernilai tinggi. Ukuran baik dan buruk kehidupan sesungguhnya tidak diukur dari indikator-indikator lain melainkan dari sejauh mana seorang manusia berpegang teguh pada kebenaran.⁴³

Konsumsi dalam islam bertujuan untuk mencari kepuasan fisik, tetapi lebih mempertimbangkan aspek masalah yang menjadi tujuan dari syariat islam. Masalah dalam ekonomi islam, diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin mempunyai keyakinan, bahwasanya kehidupan tidak hanya didunia tetapi akan ada kehidupan di akhirat kelak.⁴⁴

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga dan fi sabilillah. Islam mengharamkan sikap kikir. Di sisi lain, islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Mengurangi konsumsi suatu barang sebelum mencapai kepuasan maksimal adalah prinsip konsumsi yang

⁴² Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia), 78.

⁴³ Novi Indriyani Sitepu, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia*, Volume 2 Nomor 1, Maret (2016): 98.

⁴⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 100.

diajarkan Rasulullah, inilah bentuk keseimbangan yang diperintahkan dalam Al-qur'an yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi.⁴⁵

Berdasarkan penjelasan konsumsi dalam islam dapat diketahui bahwa pemenuhan kebutuhan dalam islam tidak menganjurkan untuk konsumsi yang berlebihan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan itu sudah dilakukan sejak masa Rasulullah, serta dalam mendapatkan pendapatan sebaiknya sesuai dengan tuntunan syariat islam yang tidak hanya mementingkan kehidupan di dunia tetapi untuk mencari ridho Allah dan bekal kehidupan di akhirat.

3. Dasar Hukum Perilaku Konsumsi dalam Islam

Muhammad muflih menjelaskan tentang konsumsi dalam islam bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Seorang konsumen muslim akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan ukhrawinya. Konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan. Peran keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk

⁴⁵ *Ibid.*, 108.

kepuasaan material maupun spiritual.⁴⁶ Namun konsumsi juga memiliki batasan yang dijelaskan dalam firman Allah SWT :

الشَّيْطَانِ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah: 168)”.⁴⁷

Dalam islam perilaku konsumsi sudah ada dasar hukum-nya yang terdapat dalam Al-qur'an, dimana dalam konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani dari penghasilan atau pendapatan yang didapat dengan cara halal yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan harian, dan dalam memenuhi kebutuhan sebaiknya manusia dapat menghindari dari pengaruh-pengaruh pola konsumsi yang menghambur-hamburkan uang dan berlebihan.

4. Kaidah/Prinsip dasar Konsumsi Dalam Islam

1. Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi yang terdiri dari prinsip akidah, prinsip ilmu, dan prinsip amaliah.

⁴⁶ Kurniati, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: STIA Alma Ata), Volume VI, No. 1:45-52, Juni (2016): 51.

⁴⁷ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: PT Penerbit J-ART, 2005),

2. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat islam, di antaranya adalah sederhana, sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, menabung dan investasi.
3. Prinsip prioritas, di mana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu primer, sekunder, dan tertier.⁴⁸
4. Prinsip sosial, yaitu memerhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya kepentingan umat, dan keteladanan.
5. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami.⁴⁹

⁴⁸ Bagus Baidhowi, JESTT, *Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantrenal Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang)*, Vol. 1 No. 9, September: (2014), 613

⁴⁹ *Ibid.*, 614

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu untuk sosial: individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.¹

Penelitian kualitatif di sini akan dilakukan kepada *mahasiswi yang memilih rumah kost di 38B Banjarrejo Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur* untuk mengetahui lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih rumah kost dalam perspektif ekonomi Islam.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan mengenai gejala, peristiwa atau kejadian yang terjadi saat sekarang.² Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian,

¹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 80.

² *Ibid.*, 76.

suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.³

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost dalam perspektif ekonomi Islam.

B. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini adalah sumber data primer dan skunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber pertamanya.⁴ Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file.⁵ Data primer harus dicari melalui responden, yaitu orang yang akan peneliti jadikan obyek penelitian atau orang yang peneliti jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Teknik *sampling* yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu tipe penarikan sampel nonprobabilitas yang mana unit yang hendak diamati atau diteliti dipilih berdasarkan

³ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96.

⁴ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian.*, 39.

⁵ Jhonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 8.

pertimbangan peneliti dalam hal unit yang dianggap paling bermanfaat dan representatif.⁶

Berdasarkan hasil *survey* yang peneliti dapatkan dari kasubbag akademik bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015 IAIN Metro sebanyak 280 mahasiswa. Mahasiswa yang memilih rumah kost berjumlah 20 mahasiswa dari 10 pemilik rumah kost. Sisanya ada yang sudah lulus, ada yang tinggal di rumah kontrakan, mondok, tinggal dengan saudara, dan pulang-pergi dari rumah ke kampus.

Sesuai dengan *purposive sampling* pada penelitian ini, terdapat beberapa pertimbangan yaitu:

- a. Sampel yang diambil hanya mahasiswi yang memilih rumah kost
- b. Sampel diambil berdasarkan lokasi yang paling diminati mahasiswi memilih rumah kost.

Di dalam penelitian ini populasi yang peneliti jadikan sebagai subyek penelitian adalah mahasiswi yang memilih rumah kost yang berada di kawasan 38b Banjarrejo. Lokasi yang paling banyak diminati mahasiswi sebagai tempat memilih rumah kost yaitu di dekat Kampus 2 IAIN Metro, dan 15 A kampus. Jumlah mahasiswa yang kost di lokasi tersebut sebanyak 25.

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang digunakan maka peneliti mengambil sampel 15 mahasiswa yang memilih rumah kost

⁶ Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), 117.

yang sesuai dengan kriteria dan 5 pemilik rumah kost yang sesuai dengan pilihan mahasiswa memilih rumah kost.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.⁷ Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan digunakan sebagai sumber penunjang dalam penelitian yang menggambarkan dan menguraikan situasi atau kejadian secara sistematis, faktual dan akurat. Maksudnya data sekunder digunakan peneliti untuk memahami masalah yang akan diteliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih rumah kost dalam perspektif ekonomi islam.

Adapun buku-buku yang digunakan oleh peneliti diantaranya: *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, karya Mustafa Edwin Nasution. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi*, karya Riski Dermawan . *Konsep Dan Aplikasi. Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, karya Irham Fahmi. Dan *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* karya Mulyadi Nitisusastro.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-suratan, catatan harian, laporan dan

⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian.*, 39.

sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam.⁸ Teknik pengumpulan data ini dilakukan guna membantu proses penelitian, sehingga dapat memecahkan suatu masalah yang akan diteliti oleh peneliti.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah.⁹ Metode penumpulan data melalui wawancara dalam penelitian kualitatif umumnya dimaksudkan untuk lebih mendalami suatu kejadian dan atau kegiatan subjek penelitian. Wawancara pada dasarnya merupakan percakapan, namun percakapan yang bertujuan.¹⁰

Peneliti menggunakan panduan wawancara dalam bentuk wawancara semi terstruktur di mana hanya pokok-pokok masalah yang dipersiapkan sementara pertanyaannya diungkapkan pada saat terjadinya wawancara, sehingga bukan perangkat pertanyaan ilmiah yang diucapkan sama persis untuk setiap wawancara, namun ada beberapa pertanyaan umum untuk mengejar cakupan topik yang luas.¹¹ Wawancara semi terstruktur

⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), 153-154.

⁹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 105

¹⁰ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 213.

¹¹ *Ibid.*, 214

bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya.¹²

Sasaran dalam metode wawancara ini adalah mahasiswa dan pemilik rumah kost. Peneliti melakukan wawancara dengan tujuan memperoleh informasi seputar tanya jawab dengan mahasiswa dan pemilik rumah kost.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹³

Berdasarkan keterangan diatas, maka dalam menganalisa data peneliti menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah yang bertolak dari pengamatan atas hal-hal atau masalah yang bersifat khusus, kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum. Cara berfikir ini, peneliti gunakan untuk menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost dalam perspektif Ekonomi Islam kemudian ditarik kesimpulan secara umum.

¹² Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 73.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 244.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Banjarrejo

1. Sejarah Banjarrejo

Desa Banjarrejo di buka masa penjajah Belanda pada tanggal 05 April 1940 dan pada waktu itu hanyalah hutan belantara yang nampak dalam pandangan seseorang. Seiring dengan nyanyian burung dan suara binatang buas, pada hari dan tanggal itu juga terlihat dengan langkah yang pasti semangat yang membara demi memperjuangkan nasib ingin menambah keadaan yang ada, maka datanglah serombongan angkatan orang-orang kolonisasi dari Jawa Tengah yang masing-masing berasal dari Temanggung sebanyak 30 Kepala Keluarga dari Kabupaten Kutoarjo sebanyak 31 KK dan berasal dari daerah Istimewa Jogjakarta sebanyak 31 KK yang mana semuanya dipimpin oleh bapak Joyo Diwiryono.¹

Melihat keadaan yang belum ada rumah satupun maka rombongan tersebut di tampung di sebuah bedeng. Satu tahun waktu telah berlalu rombongan kolonisasi dari Jawa tersebut bekerja keras melalang buana di tengah hutan belantara, maka dengan tekad yang tinggi di sertai rasa persatuan ke gotong royongan yang di pimpinan bapak Joyo Diwiryono, sehingga rakyat merasa tentram, damai dan aman. Setelah selama satu tahun bapak Joyo Diwiryono memimpin rombongan kolonisasi, maka beliau pindah di

¹ Monografi Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur.

Kecamatan Sekampung, untuk itu sebagai pimpinan di serahkan kepada bapak Kasto Dikromo.²

Perang Belanda terjadi pada tahun 1947 dan pada jaman belanda di Desa BANJARREJO terdapat perpindahan Markas besar TNI yang berasal dari Metro dan markas pada saat itu di pimpin oleh bapak Letnan Kolonel Harun Sumarto. Perpindahan Markas TNI tersebut belangsung lebih kurang selama 60 dan pada saat itu bapak Kariyo Rejo seorang Kolonisasi sebagai pembantu dapur umum atau Staf yang bertempat di rumah bapak Kardi. Dan tepatnya pada hari kamis pahing tanggal 15 maret tahun 1947 Belanda menyerbu markas yang berada di Desa BANJARREJO, peristiwa tersebut terjadi pada pagi hari yaitu menjelang waktu Subuh, gerakan belanda sudah terbaca oleh penghuni markas yang ada, sehingga penyerbuan belanda sia-sia karena keadaan markas sudah kosong.³

2. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Dari hasil wawancara kepada 15 responden. Responden yang memilih rumah kost dalam penelitian ini, jenis kelamin mayoritas adalah perempuan dengan jumlah 15 orang.

b. Usia

Tabel 4.1
Karakteristik Berdasarkan Usia

No.	Umur	Jumlah
1.	21 Tahun	2 Orang
2.	22 Tahun	9 Orang
3.	23 Tahun	4 Orang
	Total	15 Orang

²*Ibid.*,

³*Ibid.*,

Dari hasil wawancara kepada 15 responden. Peneliti memperoleh hasil yang menyatakan bahwa mahasiswa yang memilih rumah kost mayoritas berusia 22 tahun dengan jumlah 9 orang, yang paling muda berusia 21 tahun dengan jumlah 2 orang, dan sisanya berusia 23 tahun dengan jumlah 4 orang.

c. Penghasilan Orang Tua

Tabel 4.2
Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Orang Tua

No.	Penghasilan Orang Tua	Jumlah
1.	< Rp.1.000.000	1 Orang
2.	Rp. 1.000.000 s/d < Rp. 2.000.000	3 Orang
3.	Rp. 2.000.000 s/d < Rp. 3.000.000	6 Orang
4.	Rp. 3.000.000 s/d < Rp. 4.000.000	4 Orang
	Total	14 Orang

Dari hasil wawancara oleh 15 responden. Responden yang memilih rumah kost dalam penelitian ini ada 14 responden memilih sesuai dengan penghasilan orang tua. Dan 1 responden memilih sesuai dengan biaya hasil kerja.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost

Keputusan merupakan salah satu proses untuk memilih pilihan yang ada untuk menanggapi sebuah masalah sehari-hari, tindakan yang dilakukan sudah di fikirkan dengan matang, keputusan juga menjadi hal yang sangat sensitif bagi setiap orang karena keputusan tersebut menjadi penentu bagaimana seseorang tersebut harus menjalani kehidupannya. Ketika seseorang bisa menentukan keputusan sendiri dalam hidupnya maka seseorang

tersebut akan memiliki kepuasan sendiri dalam dirinya. Dalam mengambil keputusan bisa menentukan keputusan yang baik sehingga terhindar dari dampak keputusan yang salah dan keputusan yang diambil sudah tepat.

Keputusan merupakan suatu tindakan yang bisa mengakhiri dan mengawali sebuah perkara dengan berdasarkan beberapa faktor penentu yang digunakan sebagai pendukung rasa keyakinan dalam pengambilan keputusan yang benar. Pengambilan keputusan selalu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal maupun faktor eksternal. Adapun faktor internal yaitu persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan sikap, pembelajaran, kelompok usia dan gaya hidup. Dan faktor eksternalnya adalah budaya, pemasaran usaha, dan faktor kelas sosial. Dalam hal ini peneliti akan memaparkan keputusan mahasiswa memilih rumah kost. Berdasarkan wawancara kepada mahasiswi peneliti diperoleh beberapa temuan.

Berikut merupakan hasil wawancara kepada mahasiswi yang memilih rumah kost di Banjarejo.

Fitri Agustia Ningsih mahasiswi ekonomi syariah selaku penghuni rumah Ladys Kost, mengatakan tidak butuh waktu lama dalam memilih rumah kost karena keluarga yang mendorong Fitri untuk mengambil keputusan memilih rumah kost. Alasannya orang tua sudah percaya dengan pemilik kost dan rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Fasilitas yang disediakan cukup lengkap seperti (kasur, almari, tempat sepatu, tv yang disediakan untuk bersama, kamar mandi diluar), tempat yang aman, nyaman, penghuni kost yang ramah dan baik, adanya peraturan waktu

keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00". Pemilihan di Ladys Kost ini pun jarak yang strategis dekat dengan kampus. Selain itu adanya pemilik kost nya membuat Fitri seperti dirumah ada yang menjaga, dan dalam komplain terhadap ketidakpuasan langsung bicara kepada pemilik rumah kost seperti cat kamar kostan, lantai keramik, dan atap bocor. Fitria mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.000.000.⁴

Saudari Yuyun Giri Saputri mahasiswi ekonomi syariah selaku penghuni kostan Green House mengakui memilih rumah kost hanya dalam waktu seminggu karena disarankan oleh orang tua dan saudara, orang tua dan saudara menyarankan memilih rumah kost tersebut karena adanya pemilik kost yang menjaga serta peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00. Yuyun mengakui rumah kost yang disarankan belum sesuai dengan kriteria yang diinginkan seperti letaknya yang kurang strategis dalam mencari rumah makan, tidak ada fasilitas untuk tamu pria, dan kurangnya fasilitas dalam kamar mandi. Fasilitas yang disediakan (kasur, dan almari). Komplain terhadap ketidakpuasan langsung bicara kepada pemilik rumah kost, seperti masalah air dan fasilitas kamar. Yuyun mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.000.000.⁵

⁴ Wawancara kepada Fitri Agustia Ningsih Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 1 November 2019

⁵ Wawancara kepada Yuyun Giri Saputri Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 1 November 2019

Saudari Vika Wulandari selaku penghuni rumah kos Dilla mengatakan bahwa butuh waktu sebulan untuk memilih rumah kost yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dengan mencari informasi sendiri. Alasan tertarik memilih rumah kost ini karena fasilitas yang lengkap (Spring bad, almari, kamar mandi didalam, kipas angin), jarak yang dekat dengan kampus, bersih, aman dan nyaman, adanya peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00 serta mudah untuk mencari makan. Namun dalam komplain terhadap ketidakpuasan langsung bicara kepada pemilik rumah kost walaupun kurang begitu merespon. Vika mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 4.000.000 (belum termasuk listrik).⁶

Menurut Lia Fitriana selaku penghuni rumah kost Graha Prima. Baru 4 bulan Lia memilih untuk tinggal di rumah kost karena sebelumnya tinggal dikontrakan bersama teman-teman, Lia mengakui butuh waktu sebulan untuk memilih rumah kost yang sesuai dengan kriteria. Alasan memilih rumah kost yang ditempati karena Fasilitas yang diberikan sudah lengkap (spring bad, almari, meja belajar, kulkas bersama, kamar mandi didalam, kipas angin), tempatnya yang bersih, adanya ruang tamu, lebar dan nyaman. Lia mendapat informasi dari teman dan atas keinginan sendiri karena teman yang tinggal bersama dalam kontrakan sudah tidak ingin mengontrak lagi. Dalam komplain terhadap ketidakpuasan langsung menghubungi pemilik kost dan langsung direspon, seperti lampu mati, wastafel rusak, dan kehilangan kunci. Lia

⁶ Wawancara kepada Vika Wulandari Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 1 November 2019

mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara perbulan tanpa cicilan dengan harga Rp. 400.000.⁷

Menurut Devita Sari, penghuni rumah kos Kesya mengatakan bahwa dalam waktu 14 hari Devita memilih rumah kost, rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasan tertarik memilih rumah kost tersebut karena jarak yang dekat dengan kampus, dekat untuk mencari rumah makan, dekat dengan tempat fotocopian, serta langsung ada pemilik kost nya, nyaman, fasilitas yang diberikan cukup memungkinkan seperti (almari, kasur, meja, tv yang disediakan untuk bersama). Devita memilih rumah kost ini atas kemauan sendiri dan mendapatkan informasi dari teman. Dalam komplain ketidakpuasan sesama anak kost dan pemilik kost saling memaklumi. Misalnya dari anak kost yang pembayarannya menyicil, apabila ada fasilitas yang rusak dan bisa diperbaiki sendiri tidak komplain terhadap pemilik kost. Devita mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara dicicil selama dua kali dengan harga Rp. 2.500.000/tahun (belum termasuk listrik).⁸

Menurut Ria Mulyana Krisma, mengatakan bahwa memilih rumah kost ini butuh waktu seminggu dengan mencari yang cukup sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasan tertarik untuk memilih rumah kost ini karena fasilitas yang disediakan cukup memungkinkan seperti (kasur, almari, meja belajar,

⁷Wawancara kepada Lia Fitriana Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 1 November 2019

⁸Wawancara kepada Devita Sari Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Tahun 2015, Pada 1 November 2019

kamar mandi didalam), dan tempat yang strategis sebelah dengan kampus 2 IAIN, strategis untuk mencari rumah makan, dan strategis dengan tempat fotocopian. Ria memilih rumah kost tersebut berdasarkan informasi dari teman dan atas keinginan sendiri. Dalam komplain ketidakpuasan langsung bicara kepada pemilik rumah kost dan langsung direspon. Ria mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.500.000⁹

Menurut Sintiana Aprilia, penghuni rumah kos Pelajar, mengatakan bahwa dalam waktu sebulan untuk memilih rumah kost yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Rumah kost dipilih karena waktu yang tidak memungkinkan untuk pulang-pergi ditambah kerja masuk pagi dan takut terlambat. Sintia memilih tinggal dirumah kost ini baru 1 bulan dengan mencari sendiri dari marketplace (facebook) dan atas kemauan Sintia sendiri agar mandiri. Alasan tertarik memilih rumah kost tersebut karena tempat yang nyaman, aman, pemilik kost yang enak, bersih, murah, tempat parkir yang luas, adanya cctv, serta fasilitas yang cukup memungkinkan seperti (kasur, almari, kamar mandi didalam, dapur bersama). Dalam komplain terhadap ketidakpuasan langsung berbicara jujur kepada pemilik kost. Sintiana mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi dari hasil bekerja, pembayaran dilakukan perbulan dengan harga Rp. 300.000¹⁰

⁹ Wawancara kepada Ria Mulyana Krisma Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Tahun 2015, Pada 2 November 2019

¹⁰ Wawancara kepada Sintiana Aprilia Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 1 November 2019

Menurut Dian Yustikarini dalam waktu sebulan untuk memilih rumah kost tersebut, dan rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasan memilih rumah kost tersebut ialah tempat yang aman, nyaman, lingkungan yang sesuai dengan diri sendiri, teman yang baik, pemilik kos yang baik, bersih, dan fasilitas yang disediakan seperti (kasur, almari, kamar mandi didalam, dapur bersama). Dian mendapatkan informasi rumah kost yang dipilih dari saudara dan atas kemauan sendiri. Dalam komplain apabila ada ketidakpuasan terhadap rumah kost langsung bicara kepada pemilik kost. Dian mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.000.000.¹¹

Menurut Zuhrotul Khasnawiyati penghuni rumah kos Lembayung, mengatakan bahwa sebulan dalam memilih rumah kost ini. Rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria, alasannya rumah kost ini fasilitasnya yang lengkap seperti (Spring bad, almari, meja belajar, dapur didalam, kipas angin) aman, nyaman, bersih, lebar, peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00 serta mudah untuk mencari makan. Informasi yang didapat di rekomendasikan oleh kakak. Dalam komplain terhadap ketidakpuasan sampai saat ini belum ada. Zuhrotul mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran

¹¹ Wawancara kepada Dian Yustikarini Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Tahun 2015, Pada 2 November 2019

dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.000.000 (belum termasuk listrik).¹²

Menurut Nia Leviana rumah kost yang dipilih hanya dalam seminggu, namun belum sepenuhnya sesuai dengan kriteria karena sudah nyaman dari awal kuliah sampai saat ini sehingga masih betah. Informasi yang didapat dari teman dipengaruhi oleh teman karena ngekos bareng agar lebih murah dan kemana-mana ada teman, fasilitas yang disediakan seperti (kasur, almari, kipas angin, dapur bersama), jarak yang strategis dekat dengan kampus, mekanisme komplain karena ketidakpuasan sendiri jarang dilakukan. Nia mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 2.600.000.¹³

Menurut Septa Talitha Zadah selaku penghuni rumah kosthasna, mengatakan bahwa butuh waktu sebulan untuk memilih rumah kost yang sesuai dengan kriteria. Alasannya karena mencari yang dekat dengan kampus, dan sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan seperti tempat yang nyaman, bersih, fasilitas yang cukup lengkap (kasur, almari, kamar mandi didalam, ada dapur bersama), peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 22:00. Mendapatkan informasi dari teman dalam mencari rumah kost dirumah kost dan atas keinginan sendiri. Mekanisme komplain terhadap ketidakpuasan/kerusakan fasilitas langsung dibicarakan di grup kostan karena

¹² Wawancara kepada Zuhrotul Khasnawiyati Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 2 November 2019

¹³ Wawancara kepada Nia Leviana Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 2 November 2019

memang memiliki grup untuk kosan tersebut. Septa mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara cicilan seharga Rp. 3.500.000/tahun.¹⁴

Menurut Siti Choiriyah selaku penghuni kosan Fitri, mengatakan bahwa hanya dalam waktu seminggu untuk memilih rumah kost yang ditempati. Dan rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan, karena aman, nyaman, lebar, lokasinya strategis dekat dengan kampus, mencari makan, fotocopy, laundry, serta tempat-tempat yang dapat menjadi pertimbangan dalam memilih rumah kost fasilitas yang lengkap seperti (Spring bad, almari, meja belajar, dapur, kipas angin dan kamar mandi didalam), peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00. Informasi yang didapat dalam memilih rumah kost ini dari teman sehingga terpengaruh untuk ngekos bersama agar biaya kost bisa ditanggung bersama. Mekanisme komplain terhadap ketidakpuasan/kerusakan fasilitas melaporkan langsung ke penjaga kost, lalu disampaikan kepada pemilik kost. Namun, terdapat keluhan peraturan yang dapat merugikan baik pemilik kost dan penyewa kost seperti kebersihan tempat kost yang membuat tidak nyaman konsumen, kerusakan yang terjadi dipindahtangankan ke konsumen. Choir mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 4.000.000¹⁵

¹⁴ Wawancara kepada Septa Talitha Zadah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 3 November 2019

¹⁵ Wawancara kepada Siti Choiriyah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 3 November 2019

Menurut Dedek Istiqomah mencari rumah kost yang dipilih saat ini butuh waktu sebulan, dan rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasannya karena rumah kost tersebut tempat yang aman, murah, bersih, fasilitas lumayan bagus seperti (kasur, meja, almari, kamar mandi didalam, dapur bersama, kipas angin), adanya batasan keluar/berkunjung tamu yang dibatasi paling lambat pukul 21:30. Rumah kost dipilih karena keinginan sendiri dan mendapatkan informasi dari tetangga yang juga kuliah di IAIN. Dalam komplain karena ketidakpuasan sendiri langsung mengadukan kepada pemilik kost. Dedek mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.000.000.¹⁶

Menurut Sinta Nurdiana selaku penghuni kosan Sakti, mengatakan bahwa memilih rumah kost yang dipilih saat ini butuh waktu sebulan, dan sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Alasannya karena tempat yang nyaman, fasilitas yang lengkap seperti (Spring bad, almari, meja belajar, kamar mandi didalam) aman, bersih, lebar, peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 22:00. Memilih rumah kost ini atas dasar keinginan sendiri, Dalam komplain terhadap ketidakpuasan/kerusakan fasilitas melaporkan langsung kepada pemilik kost. Sinta mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cicilan seharga Rp. 3.500.000/tahun.¹⁷

¹⁶ Wawancara kepada Dedek Istiqomah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2015, Pada 3 November 2019

¹⁷ Wawancara kepada Sinta Nurdiana Mahasiswa Perbankan Syariah Tahun 2015, Pada 3 November 2019

Menurut Windi Lailatul Husna selaku penghuni rumah kost pelangi, mengatakan bahwa memilih rumah kost ini butuh waktu seminggu untuk mencari. Rumah kost yang dipilih sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan, alasannya karena nyaman, fasilitas yang lengkap seperti (kasur, almari, meja belajar, kamar mandi didalam, dapur bersama) aman, nyaman, bersih, peraturan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 22:00. Informasi yang didapat di rekomendasikan oleh teman kerja dan atas dasar keinginan sendiri. Dalam komplain terhadap ketidakpuasan/kerusakan fasilitas melaporkan langsung kepada pemilik kost. Windi mengatakan memilih rumah kost berdasarkan keadaan ekonomi keluarga, pembayaran dilakukan dengan cara pertahun tanpa cicilan dengan harga Rp. 3.000.000¹⁸

Berikut merupakan hasil wawancara kepada pemilik rumah kost:

Wawancara dengan Ibu Kentik, menurut beliau usaha rumah kost di 38 memiliki peluang bisnis yang menguntungkan, dimana banyak mahasiswa diluar daerah untuk melanjutkan pendidikan di Universitas yang mereka pilih di Metro ini. Fasilitas yang disediakan antara lain dipan dan kasur, lemari, meja belajar. Sistem pembayaran yang bisa dilakukan perbulan dan pertahun, biaya untuk perbulan sebesar Rp. 350.000., dan biaya pertahun sebesar Rp. 3.200.000. Adapun bentuk perjanjian yang disepakati diawal yaitu menjaga kebersihan dalam rumah kost, menjaga fasilitas yang telah disediakan, adanya batasan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00, serta apabila dipertengahan masa sewa yang menyewa rumah kost

¹⁸ Wawancara kepada Windi Lailatul Husna Mahasiswa Perbankan Syariah Tahun 2015, Pada 3 November 2019

menghentikan perjanjian maka tidak akan ada pengembalian uang sisa masa sewa. Dan jika terjadi kerusakan fasilitas kamar kost akan diperbaiki oleh pemilik kost.¹⁹

Wawancara dengan Ibu Yaya selaku pemilik Ladys kost di 38 Banjarejo, menurut beliau usaha rumah kost merupakan usaha yang menjanjikan dimana peluang bisnis yang menguntungkan karena tempat yang strategis dekat dengan sekolah dan kampus. Adapun fasilitas yang disediakan antara lain dipan dan kasur, lemari, tempat sepatu. Sistem pembayaran yang dilakukan hanya setahun dengan biaya Rp. 3.000.000., Adapun bentuk perjanjian yang disepakati diawal yaitu menjaga kebersihan dalam rumah kost, menjaga fasilitas yang telah disediakan, adanya batasan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00, serta apabila dipertengahan masa sewa yang menyewa rumah kost menghentikan perjanjian maka tidak akan ada pengembalian uang sisa masa sewa. Dan jika terjadi kerusakan fasilitas kamar kost akan diperbaiki oleh pemilik kost.²⁰

Wawancara dengan Ibu Puji Rahayu selaku pemilik kost, menurut beliau usaha rumah kost memiliki peluang bisnis yang menguntungkan dalam jangka panjang, peminatnya cukup banyak yaitu pelajar dan mahasiswa dari luar daerah, tempat yang strategis dimana dekat dengan kampus, tempat mencari makan, dan tempat fotocopian. Fasilitas yang disediakan antara lain dipan dan kasur, lemari, meja belajar, kamar mandi didalam, kipas angin. Sistem pembayaran yang bisa dilakukan perbulan dan setahun, biaya untuk

¹⁹ Wawancara kepada Ibu Kentik pemilik rumah kost, Pada 4 November 2019

²⁰ Wawancara kepada Ibu Yaya pemilik rumah kost, Pada 4 November 2019

perbulan sebesar Rp. 300.000., dan biaya pertahun sebesar Rp. 3.000.000 dan bisa dicil. Adapun bentuk perjanjian yang disepakati diawal yaitu menjaga kebersihan dalam rumah kost, menjaga fasilitas yang telah disediakan, adanya batasan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00, serta apabila dipertengahan masa sewa yang menyewa rumah kost menghentikan perjanjian maka tidak akan ada pengembalian uang sisa masa sewa. Dan jika terjadi kerusakan fasilitas kamar kost akan diperbaiki oleh pemilik kost.²¹

Wawancara dengan Ibu Suarni, menurut beliau usaha rumah kost merupakan usaha yang menjanjikan dimana peluang bisnis yang menguntungkan karena tempat yang strategis dekat dengan kampus, dekat tempat makan, dan dekat dengan fotocopian. Adapun fasilitas yang disediakan antara lain spring bed, meja belajar, lemari, dapur didalam, dan tempat yang lebar dan nyaman. Sistem pembayaran yang dilakukan hanya pertahun dan tidak bisa dicicil dengan biaya Rp. 3.000.000., dan belum biaya listrik. Adapun bentuk perjanjian yang disepakati diawal yaitu menjaga kebersihan dalam rumah kost, menjaga fasilitas yang telah disediakan, adanya batasan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00, serta apabila dipertengahan masa sewa yang menyewa rumah kost menghentikan perjanjian maka tidak akan ada pengembalian uang sisa masa sewa. Dan jika terjadi kerusakan fasilitas kamar kost akan diperbaiki oleh pemilik kost.²²

²¹ Wawancara kepada Ibu Puji Rahayu pemilik rumah kost, Pada 4 November 2019

²² Wawancara kepada Ibu Suarni pemilik rumah kost, Pada 5 November 2019

Wawancara dengan Ibu Tini, menurut beliau usaha rumah kost merupakan usaha yang menjanjikan dimana peluang bisnis yang menguntungkan karena tempat yang strategis dekat dengan kampus. Adapun fasilitas yang disediakan antara lain spring bed, meja belajar, lemari, dapur didalam, kamar mandi di dalam dan tempat yang lebar dan nyaman. Sistem pembayaran yang dilakukan hanya pertahun dan bisa dicicil dengan biaya Rp. 4.000.000.,. Adapun bentuk perjanjian yang disepakati diawal yaitu menjaga kebersihan dalam rumah kost, menjaga fasilitas yang telah disediakan, adanya batasan waktu keluar/berkunjung tamu yang dibatasi sampai pukul 21:00, serta apabila dipertengahan masa sewa yang menyewa rumah kost menghentikan perjanjian maka tidak akan ada pengembalian uang sisa masa sewa. Dan jika terjadi kerusakan fasilitas kamar kost akan diperbaiki oleh pemilik kost.²³

Berdasarkan penjabaran hasil wawancara yang sesuai dengan teori yang ditemukan dilapangan, pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantaranya (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia dan gaya hidup) faktor eksternal yaitu budaya, pemasaran usaha, dan faktor kelas sosial.

²³ Wawancara kepada Ibu Tini pemilik rumah kost, Pada 5 November 2019

a. Faktor Internal

1. Persepsi, persepsi/pandangan seseorang tergantung pada tingkat pengalaman, pendidikan, minat dan pengetahuan.

Tabel 4.3
Jawaban Responden Memilih Rumah Kost Berdasarkan Indikator Persepsi

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Dalam memilih rumah kost berdasarkan pengalaman	11 Orang
2.	Dalam memilih rumah kost berdasarkan pendidikan	4 Orang
3.	Total	15 Orang

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa memilih rumah kost berdasarkan pengalaman. Pengalaman yang dimaksud yaitu, mahasiswa memilih tinggal di rumah kost yang lebih dari 2 tahun dengan tidak berpindah kost-an dikarenakan pengalaman yang dirasakan tinggal di rumah kost tersebut nyaman, dan aman, sehingga mahasiswa tidak ingin mencari suasana yang baru lagi. Sedangkan berdasarkan pendidikan, mahasiswa memilih tinggal di rumah kost yang pendidikannya sama yaitu kuliah dengan tidak bercampur anak sekolah. Sehingga berdasarkan faktor internal indikator persepsi mahasiswa memilih rumah kost berdasarkan pengalaman tinggal di rumah kost.

2. Keluarga, Keluarga merupakan satu-satunya faktor yang menjadi acuan dalam pemilihan keputusan.

Jika dikaitkan dengan hasil wawancara peneliti dengan beberapa mahasiswa yang memilih rumah kost sama sejalan seperti yang diakui

oleh Zuhrotul penghuni rumah kost lembayung putri mengatakan bahwa keluarga merupakan acuan utama yang mendorong untuk memilih rumah kost. Septa talitha penghuni rumah kos Husnamengatakan bahwa ia memilih rumah kost karena jarak tempuh yang jauh dari rumah. Keluarga merupakan acuan utama dalam pemilihan keputusan memilih rumah kost juga diakui oleh 12 mahasiswi lainnya.

3. Pengetahuan, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar bisa menggunakan produk tersebut.

Tabel 4.4
Jawaban Responden Memilih Rumah Kost Berdasarkan Indikator Pengetahuan

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Dalam memilih rumah kost mencari informasi sendiri	2 Orang
2.	Dalam memilih rumah kost mendapatkan informasi dari saudara	3 Orang
3.	Dalam memilih rumah kost mendapatkan informasi dari teman	10 orang
	Total	15 Orang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa memilih rumah kost lebih banyak mendapatkan informasi dari teman. Dimana informasi tersebut didapat karena teman tersebut terlebih dahulu telah memilih dan tinggal dirumah kost. Mahasiswa yang memilih rumah kost mencari informasi dari saudara seperti kakak kandung, dan adik sepupu. Sedangkan mahasiswa yang memilih

rumah kost mendapatkan informasi sendiri dengan hanya melihat brosur yang ada di tempelkan di setiap rumah kost.

4. Sikap, sikap merupakan nilai yang bervariasi (suka-tidak suka). sikap ini ditunjukkan terhadap suatu objek dalam melihat situasi dalam pengambilan keputusan.

Tabel 4.5
Jawaban Responden Memilih Rumah Kost Berdasarkan Indikator Sikap

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Memilih rumah kost karena tempat yang strategis	6 Orang
2.	Memilih rumah kost karena terjamin kebersihannya	9 Orang
	Total	15 Orang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa memilih rumah kost berdasarkan terjamin kebersihannya, karena kebersihan merupakan hal utama dalam memberikan kenyamanan bagi mahasiswa untuk tinggal dirumah kost tersebut. Sedangkan mahasiswa yang memilih rumah kost karena tempat yang strategis seperti dekat dengan kampus, tempat belanja untuk mencari makan, dan tempat fotocopian.

5. Pembelajaran, belajar dari kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus dipenuhi. mereka akan terus mencoba membeli berbagai produk hingga benar merasa puas dan produk itulah yang akan dibeli lagi dilain waktu.

Tabel 4.6**Jawaban Responden Memilih Rumah Kost Berdasarkan Indikator Pembelajaran**

No.	Lamanya tinggal di Rumah Kost	Jumlah
1	< 1 Tahun	2 Orang
2	1-2 Tahun	2 Orang
3	> 3 Tahun	11 Orang
	Total	15 Orang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa yang tinggal di rumah kost belum lebih dari 3 tahun karena mereka melalui tahap pembelajaran untuk memilih mana yang terbaik berdasarkan pengalaman mereka, sehinggamereka masih memilih rumah kost dengan cara pindah-pindah rumah kost untuk mencari rumah kost yang sesuai dengan yang diinginkan seperti aman, nyaman, fasilitas lengkap dan tempat yang strategis.

6. Kelompok Usia, usia mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Keputusan pembelian produk yang dibuat orang tua cenderung rasional, banyak yang dipertimbangkan seperti harga, manfaat, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa sama sejalan seperti yang dirasakan oleh saudari Fitri Agustia penghuni rumah ladys kost, Yuyun penghuni rumah kost green house, Zuhrotul penghuni rumah kost lembayung putri, mereka memilih rumah kost berdasarkan keputusan yang dibuat orang tua. Dimana kelompok usia dalam pengambilan keputusan ini seperti orang tua sudah banyak pertimbangan dengan tidak terburu-buru.

7. **Gaya Hidup**, Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Pengelompokan segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup konsumen diukur dengan beberapa indikator yaitu bagaimana mereka menghabiskan waktu, bagaimana minat konsumen, bagaimana konsep diri dan bagaimana karakter dasar manusia.

Tabel 4.7
Jawaban Responden Memilih Rumah Kost Berdasarkan Indikator Gaya Hidup

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Memilih rumah kost berdasarkan interior yang bagus	0 Orang
2.	Memilih rumah kost karena fasilitas	15 Orang
	Total	15 Orang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa memilih rumah kost berdasarkan fasilitas, karena fasilitas disediakan sudah sesuai dengan biaya kost yang dibayar. Sehingga mahasiswa tidak begitu memilih rumah kost berdasarkan interior yang bagus.

8. **Motivasi dan Keterlibatan**, seseorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan itu merupakan salah satu dari motivasi. Keterlibatan antara kebutuhan dengan sebuah produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan sebuah produk barang maupun jasa.

Tabel 4.8
Jawaban Responden Memilih Rumah Kost Berdasarkan
Indikator Motivasi

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Memilih rumah kost untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan belajar selama kuliah	14 Orang
2.	Memilih rumah kost hanya untuk tempat beristirahat	1 Orang
	Total	15 Orang

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa memilih rumah untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan belajar selama kuliah karena jauh dari rumah. Sedangkan mahasiswa memilih rumah kost hanya untuk tempat beristirahat ketika pulang kerja dan berangkat kerja di pagi harinya.

b. Faktor Eksternal

- 1) Budaya, budaya merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Budaya mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan sebuah produk baik berupa barang maupun jasa.

Berdasarkan teori jika dikaitkan dengan hasil wawancara peneliti dengan saudari Dian Yustikarini dan Fitri Agustia, mengatakan bahwa memilih rumah kost tersebut berdasarkan teman dan ibu kost yang baik. Perilaku pengambilan keputusan kebiasaan seperti ini dilakukan akan menimbulkan kenyamanan dalam memilih rumah kost.

2) Pemasaran usaha, hal ini terkait dengan strategi dari sebuah bisnis yang meliputi merek, kualitas, pelayanan, harga, dan manfaat produk atau layanan jasa tersebut.

a) Merek

Merupakan citra merek dimana merek tersebut harus kuat dalam dunia persaingan bisnis. Citra merek ini digunakan untuk menarik perhatian konsumen dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan teori di atas jika dikaitkan dengan hasil wawancara penelitian dengan mahasiswi Nia Leviana, Dian Yustikarini, dan Ria Mulyana mereka mengatakan bahwa tanpa adanya merek kadang membingungkan mereka apabila dari keluarga atau teman yang ingin berkunjung. Sehingga dari pemilik kost sebaiknya memberikan merek yang bisa menarik perhatian mahasiswi dalam mengambil keputusan.

b) Kualitas

Kualitas ditunjukkan untuk mendapatkan sebuah kepuasan konsumen berdasarkan kebutuhan konsumen.

Kualitas mempengaruhi keputusan seseorang dalam pembelian produk. Kualitas barang yang disediakan dalam rumah kost membuat mahasiswi menggunakan produk tersebut dengan menyesuaikan kebutuhannya. Seperti yang diakui oleh 15 responden yang diteliti. Dan dari pihak pemilik kost memberikan kualitas barang yang cukup untuk menarik perhatian mahasiswi

dalam memilih rumah kost. Bagi pemilik kost, kualitas yang diberikan sesuai dengan biaya yang dibayarkan oleh penyewa.

c) Pelayanan

Ditunjukkan untuk mendapatkan sebuah kepuasan konsumen berdasarkan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan teori diatas jika dikaitkan dengan hasil wawancara peneliti dengan Fitri Agustia penghuni rumah Ladys kost, Yuyun penghuni kost green house, dan 7 mahasiswi lainnya yang memilih rumah kost, pelayanan yang diberikan dalam komplain terhadap kerusakan fasilitas/ketidakpuasan sudah membuat mereka nyaman. Dan bagi pemilik kost sendiri sebaiknya meningkatkan lagi pelayanan agar dari mahasiswi menjadi lebih nyaman dirumah kost tersebut.

d) Harga

Sejumlah uang yang dibayarkan atas keputusan yang telah didapatkan oleh konsumen.

Berdasarkan teori diatas jika dikaitkan dengan hasil wawancara peneliti dengan 15 mahasiswi yang memilih rumah kost, pengakuan dari mereka menjelaskan tentang adanya harga yang diberi tawaran diawal oleh pemilik kost serta dibayar diawal, dan pembayarannya ada yang bisa dicicil. Dalam menentukan harga sewa kos, biasanya mahasiswa memilih harga sewa kos yang sesuai dengan keadaan ekonomi setiap mahasiswi. Dengan keadaan

ekonomi mahasiswa yang berbeda-beda maka status dan harga sewa tempat kos yang mereka tempati juga berbeda-beda.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah perilaku dalam pemilihan keputusan yang dipengaruhi oleh kelompok atau kelas sosial.

Jika dikaitkan hasil wawancara penelitian dengan anak kosa maka sama sejalan seperti yang diakui oleh Fitria, Yuyun, Zuhrotul, dan 3 mahasiswi lainnya mereka karena dipengaruhi oleh teman dan saudara sehingga demikian mereka memilih rumah kost. Peran sosial sangat mempengaruhi seseorang dimana peran sosial tersebut merupakan salah satu komponen yang ada dalam lingkungan terdekat seperti saudara, dan teman.

Berdasarkan penjabaran hasil wawancara yang sesuai dengan teori yang ditemukan di lapangan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost adalah faktor internal yang meliputi individu mahasiswa untuk memilih rumah kost atas kemauan sendiri, persepsi seperti dari pengalaman-pengalaman yang mahasiswa rasakan baik dari segi kenyamanan, fasilitas, lokasi yang dekat dengan kampus, dan keamanan. Mahasiswa mengakui bahwa keputusan yang mereka ambil sudah melalui banyak pertimbangan, sehingga mahasiswa dapat memutuskan pilihan rumah kost mana yang akan ditempati.

C. Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pengambilan keputusan merupakan keputusan akhir dalam memilih pilihan yang ada, dimana tindakan yang dilakukan sudah di fikirkan dengan matang. Dalam ekonomi Islam pengambilan keputusan sesuai dengan tuntunan ajaran islam, yaitu dengan keinginan sendiri dan tanpa adanya paksaan.

Konsumsi adalah adalah kegiatan memanfaatkan atau menghabiskan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam upaya menjaga kelangsungan hidup dengan ketentuan syariat.²⁴ Konsumsi dalam Islam memiliki prinsip-prinsip diantaranya yaitu:

1. Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi yang terdiri dari prinsip akidah, prinsip ilmu, dan prinsip amaliah.
2. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat islam, di antaranya adalah sederhana, sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, menabung dan investasi.
3. Prinsip prioritas, di mana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu primer, sekunder, dan tertier.²⁵

²⁴ Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia), 78

²⁵ Bagus Baidhowi, JESTT, *Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantrenal Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang)*, Vol. 1 No. 9, September: (2014), 613

4. Prinsip sosial, yaitu memerhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya kepentingan umat, dan keteladanan.
5. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami.²⁶

Pemilihan rumah kost mengacu pada al-qur'an sebagai sumber utama, dalam arti tidak ada pihak yang terzalimi karena dilandasi dengan prinsip syariah, kuantitas, prioritas, sosial, lingkungan, tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami, sehingga tercapai keputusan.

Mahasiswa memilih rumah kost sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal dan tempat beristirahat juga untuk tempat belajar (mencari ilmu) selama kuliah karena jauh dari rumah, dan mahasiswa mencari rumah kost dengan mencari informasi dan melihat langsung rumah kost yang akan dipilih, dengan begitu informasi yang didapat lebih akurat tentang kelebihan atau kekurangan rumah kost yang akan ditempati agar tidak terjadi kerugian dalam bentuk apapun sehingga pemilihan rumah kost atas dasar suka dan tanpa adanya paksaan.

²⁶ *Ibid.*, 614

Rumah kost yang dipilih mahasiswa sesuai dengan keadaan ekonomi sehingga tidak memberatkan keluarga, dan pemilihan rumah kost digunakan sebagai tempat istirahat serta tempat belajar selama kuliah tidak digunakan untuk hal-hal yang ditentang oleh agama Islam. Biaya dan fasilitas rumah diberitahu keadaan yang sebenarnya, fasilitas kebanyakan yang diberikan yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Dalam hal pelayanan memberikan pelayanan yang terbaik bagi mahasiswa yang memilih rumah kost, seperti adanya kerusakan salah fasilitas dalam rumah kost. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam dimana Islam menganjurkan kepada umatnya agar memberikan sesuatu yang terbaik bagi sesamanya, serta berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan kuantitas jasa yang berikan tanpa adanya unsur penipuan.

Tempat tinggal sementara atau biasa disebut oleh mahasiswa yang kuliah diperantauan “rumah kost” adalah salah satu kebutuhan primer dimana rumah kost merupakan kepentingan yang harus diprioritaskan mahasiswa agar dapat beristirahat dan tempat belajar selama masih dalam proses kuliah.

Islam memandang prinsip sosial dan kaidah lingkungan dilakukan untuk memerhatikan lingkungan sosial di sekitarnya, sehingga pemberian kepercayaan agar dijalankan dan terpelihara dengan baik. Dimana mahasiswa diberikan amanah (kepercayaan) untuk menjaga keharmonisan antara penyewa, kebersihan rumah kost, fasilitas yang telah diberikan, dan juga aturan keluar malam yang sudah dibatasi. Allah memperingatkan untuk menjaga amanah sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Anfaal: 27, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanah yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”. (Q.S Al-Anfaal: 27).

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa sebaiknya apabila telah diberikan amanat yang dipercayakan, janganlah mengkhianati amanat tersebut.

Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami, menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Islam tidak menganjurkan manusia untuk berlaku boros dan menyia-nyiakan waktu luang. Allah berfirman dalam QS. Al-Israa’: 27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”. (QS. Al-Israa’: 27).

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa sebaiknya dalam memenuhi kebutuhan manusia agar tidak berlebihan sehingga tidak terjerumus kedalam langkah-langkah setan, dimana setan sangat ingkar kepada Tuhannya”

Pemilik rumah kost dalam menawarkan dan menetapkan harga rumah kost sesuai dengan fasilitas yang telah disediakan dengan tidak selalu harus lebih rendah dari harga pesaingnya, karena nanti dapat merusak harga yang telah ada di pasar. Pihak rumah kost menentukan strategi harga ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang telah disediakan dan telah diketahui oleh mahasiswa yang memilih rumah kost, sehingga tidak ada masalah dalam pengambilan keputusan yang dilaksanakan rela sama rela.

Adapun mekanisme komplain apabila terjadi kerusakan fasilitas yang diberikan oleh Pemilik rumah kost diterima langsung. Sehingga, bagi pemilik rumah kost dapat langsung mengetahui apa yang menjadi keinginan bagi mahasiswa dan berdampak positif terhadap rumah kost dan mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kost yaitu gaya hidup, pengetahuan, dan keluarga. Faktor-faktor tersebut menjadi bahan pertimbangan dalam memilih rumah kost yang diinginkan oleh mahasiswa, dan sudah sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam, dimana dalam pengambilan keputusan memilih rumah kost didasarkan pada prinsip syariah, kuantitas, prioritas, sosial, lingkungan, tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami, sehingga tercapai keputusan.

B. Saran

Terlihat banyaknya mahasiswa yang memilih rumah kost, disarankan untuk pemilik rumah kost dapat menentukan yang layak dan sesuai dengan keinginan mahasiswa. Lebih memfokuskan dan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan dari mahasiswa seperti lebih memperhatikan kebersihan rumah kost, harga yang sesuai dengan fasilitas, serta menerapkan sistem pembayaran yang dapat meringankan atau memudahkan mahasiswa dalam proses pembayaran. Diharapkan pemilik rumah kost lebih tanggap dan responsif terhadap kerusakan fasilitas yang ada.

Menjalin hubungan baik dengan anak kost, sehingga memungkinkan anak kost bisa mempengaruhi atau mengajak teman lainnya untuk pindah ke rumah kost yang ditawarkan. Dalam pengambilan keputusan mahasiswa sebaiknya bijak dalam mempertimbangkan keputusan yang sesuai dengan kebutuhan. Pengambilan keputusan sebaiknya harus didasarkan dengan rasa suka (tanpa paksaan), serta musyawarah bersama agar tidak ada pihak yang dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amor Fauzan. *Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, Jakarta: Uhamka Press, 2016.
- Anoraga Panji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Ansari Harahap Dedy. “Keuangan dan Bisnis Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak usu (PAJUS) Medan”, Vol. 7, No. 3, November 2015.
- Bagus Baidhowi, “JESTT, Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantrenal Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang)”, Vol. 1 No. 9, September 2014.
- Bungin Burhan. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Departemen Agama RI. *Al Qur'an dan Terjemah*. Bandung: PT Penerbit J-ART, 2005.
- Dermawan Riski. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi, Konsep Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Edwin Nasution Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Fahmi Irham. *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fathoni Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Hasibuan Malayu S.P, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001
- Hasibuan Malayu. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Raksa, 2007.
- Herdiana Abdurrahman Nana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015.
- Indriyani Sitepu Novi, “ Perspektif Ekonomi Darussalam, Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia”, Volume 2 Nomor 1, Maret 2016.
- Kevin Lane Keller & Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran* cet ke-12 jilid 2. New Jersey: Pearson Education, 2006.

- Kotler Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, dari judul asli *Principles of Marketing Twelfth Edition*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Kurniati, “Ekonomi Syariah Indonesia, *Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam*”, (Yogyakarta: STIA Alma Ata), Volume VI, No. 1:45-52, Juni 2016.
- Kurniawan Saefullah Dan Erni Trismawati. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2006.
- LP2M. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Machfoed Mohammad. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Nitisusastro Mulyadi. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Prabu Mangkunegara Anwar. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Bandung : PT Refika Aditama, 2002.
- R.Terry George. *Prinsip –Prinsip Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Rhendria Dinawan Muhammad, “Sains Pemasaran Indonesia Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Pt Harpindo Jaya Semarang)”. Volume IX, No. 3, Desember 2010.
- Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen, Ed. 1*. Yogyakarta: Pustaka Andi, 2005.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Sangadji Etta Mamang. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Office, 2013.
- Sarwono Jhonathan. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.
- Sri Yuniarti Vinna. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsaputra Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Suma Muhammad Amin. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi & Keuangan Islam*,. Tangerang: Kholam Publishing, 2008.
- Sunyoto Danang. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center Of Akademik Publishing Service, 2015.
- Suryabrata Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Susanto A.B. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Selemba Empat, 2000.
- Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.
- Tjiptono Fandy. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.
- Veithzal Rivai, *Islamic Economics (Ekonomi Syariah Bukan Opsi tetapi Solusi)*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Wijaya Tunggal Amin. *Manajemen Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 0422/In.28.3/D.1/PP.00.9/02/2019

04 Februari 2019

Lampiran : -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
 2. Liberty, S.E., M.A
- di - Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan \pm 2/6 bagian.
 - b. Isi \pm 3/6 bagian.
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296,
Website www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1205/In.28.3/D.1/PP.00.9/05/2019 Metro, 15 Mei 2019
Sifat : Biasa
Lampiran :-
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Rektor IAIN Metro
di- Tempat

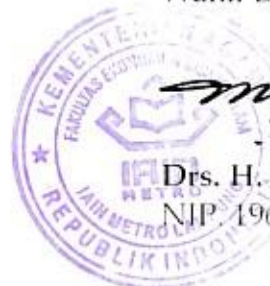
Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syaria'h
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 0014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2761/In.28/D.1/TL.01/10/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

Nama : **RIDA MELANI**
 NPM : **1502040262**
 Semester : **9 (Sembilan)**
 Jurusan : **Ekonomi Syaria`ah**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Desa Banjarrejo Kec. Batanghari Kab. Lampung Timur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 16 Oktober 2019

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Muhammad Saleh MA
 NIP 19650111 199303 1 001

Mengetahui,
 Pejabat Setempat



Nomor : 2762/In.28/D.1/TL.00/10/2019
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Kepala Desa Banjarrejo Kec.
Batanghari Kab. Lampung Timur
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2761/In.28/D.1/TL.01/10/2019,
tanggal 16 Oktober 2019 atas nama saudara:

Nama : RIDA MELANI
NPM : 1502040262
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Desa Banjarrejo Kec. Batanghari Kab. Lampung Timur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 Oktober 2019
Wakil Dekan I,



[Signature]
Drs. H.M. Muhammad Saleh MA.
NIP. 19650111 199303 1 001

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - 1. Tujuan Penelitian
 - 2. Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Keputusan Konsumen
 - 1. Pengertian Pengambilan Keputusan

2. Proses Pengambilan Keputusan
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

B. Jasa Rumah Sewa

1. Pengertian Jasa
2. Jenis-jenis Jasa
3. Karakteristik Jasa
4. Jasa Rumah Kost

C. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam
2. Perilaku Konsumsi dalam Islam
3. Dasar Hukum Perilaku Konsumsi dalam Islam
4. Etika Konsumsi Dalam Islam

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Desa Banjarejo
2. Karakteristik Responden

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Rumah Kost

C. Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, September 2019



Rida Melani

1502040262

Disetujui oleh,

Pembimbing I



Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

NIP. 197206111998032001

Pembimbing II



Liberty, SE., M.A

NIP.197408242000032002

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH RUMAH KOST DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Interview / Wawancara

1. Interview / Wawancara Kepada Mahasiswa Yang Memilih Rumah Kost

1. Dimana Kost Yang Anda Pilih Dan Apa Nama Kostan Yang Anda Pilih?
2. Berapa Lama Anda Memilih Rumah Kost?
3. Apakah Rumah Kost Yang Dipilih Sudah Sesuai Dengan Kriteria Yang Diinginkan?
4. Apa Alasan Yang Membuat Anda Tertarik Untuk Memilih Rumah Kost Tersebut?
5. Dari Mana Mendapat Informasi Rumah Kost Yang Saat Ini Ditempati?
6. Apakah Anda Memilih Rumah Kost Karena Keinginan Sendiri Atau Dipengaruhi Oleh Teman / Saudara?
7. Jika Dipengaruhi Oleh Keinginan Sendiri Apa Alasan Anda?
8. Jika Dipengaruhi Oleh Teman / Saudara Apa Alasan Anda?
9. Bagaimana Mekanisme Komplain Karena Ketidakpuasan Anda Terhadap Rumah Kost Yang Anda Pilih?

2. Interview / Wawancara Kepada Pemilik Rumah Kost

1. Apa Alasan Yang Membuat Bapak/Ibu Membuka Usaha Rumah Kost?
2. Apa Saja Fasilitas Yang Disediakan Oleh Bapak/Ibu Dalam Rumah Kost?
3. Bagaimana Sistem Pembayaran Rumah Kost Bapak/Ibu? Apakah Perminggu, Perbulan, Atau Pertahun? Dan Berapa Biaya Untuk Membayar Kost Tersebut?
4. Bagaimana Bentuk Perjanjian Dalam Rumah Kost Bapak/Ibu?
5. Apakah Akan Ada Pengembalian Uang Sisa Masa Sewa Apabila Pihak Penyewa Rumah Kost Menghentikan Perjanjian Kontrak Dipertengahan Masa Sewa?
6. Jika Terjadi Kerusakan Fasilitas Kamar Kost, Apakah Akan Diperbaiki Oleh Bapak/Ibu Selaku Pemilih Rumah Kost Atau Si Penyewa?

B. Dokumentasi

1. Buku-buku yang berkaitan dengan penelitian
2. Data tentang tempat yang berkaitan dengan objek penelitian

Metro, September 2019

Penulis



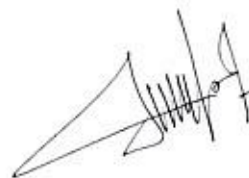
Rida Melani
NPM. 1502040262

Pembimbing I



Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Pembimbing II



Liberty, SE., M.A
NIP. 197408242000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1097/In.28/S/U.1/OT.01/12/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : RIDA MELANI
NPM : 1502040262
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502040262.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 13 Desember 2019
Kepala Perpustakaan

[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtadi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,

Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : II**

Nama : Rida Melani

Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy

NPM : 1502040262

Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	Kamis 26/9 - 2019	Proposal telah di seminarakan dan telah di perbaiki sesuai arahan, saran dan masukan dari para pembahas. Bab 1, 2, 3 Acc telah Revisi lanjutan ke tahap selanjutnya

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE., M.A

NIP. 197408242000032002

Mahasiswa ybs,

Rida Melani

NPM. 1502040262




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : II**

Nama : Rida Melani Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy
NPM : 1502040262 Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
1	Kamis 5-09-19	Bimbingan Outline . Teknis penulisan ; judul Huruf Kapital semua . * Halaman judul di kutik 1. spasi * lembar tanda tangan ; mahasiswa yang bersangkutan harus tanda tangan terlebih dahulu . * Perbaiki 

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE., M.A
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa ybs,

Rida Melani
NPM. 1502040262



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,

Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : II**

Nama : Rida Melani

Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy

NPM : 1502040262

Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
		<p>Outline Acc.</p> <p>————— II —————</p> <p>APD telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan</p> <p>APD Acc.</p> <p>————— II —————</p> <p>lanjutan ke pemb I</p>

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE., M.A

NIP. 197408242000032002

Mahasiswa ybs,

Rida Melani

NPM. 1502040262



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : II**

Nama : Rida Melani Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy
NPM : 1502040262 Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
2	Jum'at 6-9-19	Bimbingan APD - Judul di ketik dengan huruf capital semua. - wawancara di buat menjadi 2 bagian yaitu ; ⊗ Pertanyaan kepada pemilik kos yg mewakili ada beberapa orang ⊗ Ditunjukkan kp mahasiswa yg memilih tempat kos perbaiki !

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE, M.A
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa ybs,

Rida Melani
NPM. 1502040262





**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Rida Melani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040262 Pembimbing II : Liberty, SE., M.A

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin 11/11-19	Bimbingan bab 4-5 Catatan! Setiap bimbingan Cover Judul harus di lampirkan. Muncul bab 4-5 judulnya apa gab jelas	 

Dosen Pembimbing II



Liberty, SE., M.A
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ysb,



Rida Melani
NPM. 1502040262

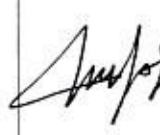



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL


Nama : Rida Melani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040262 Pembimbing II : Liberty, SE., M.A

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
2	Kamis 14/11-19	Bab 4. Gambaran Umum tentang desa Banjarejo tidak usah di bahas terlalu luas Hasil wawancara di maikan pd bab 4 dan di efisienkan atau buatkan tabel untuk memudahkan menjelaskan pobaini _____	 

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ysb,

Liberty, SE., M.A
NIP. 197408242000032002


Rida Melani
NPM. 1502040262



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
Pembimbing II : Liberty, SE., M.A

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
3		<p>Secara umum bab 4 telah di perbaiki sesuai saran dan arahan saat bimbingan</p> <p>Bab 5 Menjelaskan / menjawab pertanyaan pada bab sebelumnya.</p> <p>* Detail menjelaskan kesimpulan</p> <p>* lughasi lampiran ?</p>	

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE., M.A
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ysb,

Rida Melani
NPM. 1502040262



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
Pembimbing II : Liberty, SE., M.A

No	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
4.	7 Sun 25/11 -19	Secara keseluruhan telah diperbaiki sesuai arahan saat bimbingan Skripsi Acc lengkapi lampiran ? lanjutkan ke pemb I	

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE., M.A

NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ysb,

Rida Melani

NPM. 1502040262



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : I**

Nama : Rida Melani

Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy

NPM : 1502040262


Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	29/10/2019	ACC APD > lanjutkan penelitian dan pembahasannya
	2/12/2019	- tabel → di deskripsikan bulelun mengulang isi tabel ttg di play book → spt tabel 4.1 → bedanya bun pagnlaur. Pegulaur apa? indikator bun? → lenda berdasar bun pdd → apa maksudnya? bulelun mengulang dan mengulang! - analisis? → selth di bahas terhn ex dan lura berdasar teri pd laporan → apakah semua mjadri faktor secara nyata / di lapangan?

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001


Rida Melani
NPM. 1502040262



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : I**

Nama : Rida Melani Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy
NPM : 1502040262 Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	7/2019 /9	Bab II → tumbal sulaam Bab IV → lokasi fokus pd mbs host → spt p asne → 2014 t p p → ldi host l d l l
	24/2019 /9	ACC outside LBM → di parbaiki, disesuaikan dengan sistematis → selis: feni lalu kondisi nil yg terjadi. saya dan informasi hrs ada sumbernya. Pen. relevan + 1 lagi problek sty ctt.

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Rida Melani
NPM. 1502040262



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
PEMBIMBING : I**

Nama : Rida Melani Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy
NPM : 1502040262 Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan
	7/10/2019	Bab III → 10 paragraf last semua jd informasi? analisis data di apakan?
	14/10 2019	ace Bab I-III lanjutan APD
	22/10 2019	Perbaiki APD Pertanyaan yg mendasar utk menjawab faktor? belum terbukti Buku ada 1/2 maka pertanyaan yg substansi berulang si hilangkan ganti yg mendasar pk faktor — utk penyusunan dan periksa secara

Dosen Pembimbing I

Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

Mahasiswa ybs,

Rida Melani
NPM. 1502040262



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9/ 2019 / 12	Belum di persiapkan sinopsis yg telah yg dipersiapkan faktor-nya kemungkinan? bukan? keputusannya menentukan? harga	
	19/ 2019 / 12	Analisis → kenapa topal pada 6 hal kredit to? berdasarkan hasil penelitian itu bisnisnya? sudah kepat? atau belum; ada yg tidak sinopsis bisa? → tidak upad & analisis Bisa program penelitian sinopsis analisis!	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ysb,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

RIDA MELANI
NPM.1502040262





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rida Melani
NPM : 1502040262


Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	23/2019 /12	- kesimpulan yg berkaitan tentang pengaruh ds atas - peran sistematis, lengkap - bentuk buku karya kesimpulan	
	31/2019 /12	ada di usulkan	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ysb,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001


RIDA MELANI
NPM.1502040262

Wawancara Dengan Responden



Wawancara dengan saudari Yuyun Giri Saputri sebagai anak kos di rumah kos Green House



Wawancara dengan saudari Vika Wulandari sebagai anak kos di rumah kos Dilla



Wawancara dengan saudari Lia Fitriana sebagai anak kos di rumah kos Graha Prima



Wawancara dengan saudari Sintiana Aprilia sebagai anak kos di rumah kos Pelajar



Wawancara dengan Ibu Kentik sebagai pemilik rumah kos



Wawancara dengan Ibu Yaya sebagai pemilik rumah kos



RIWAYAT HIDUP

Rida Melani lahir pada tanggal 30 Mei 1997 di Menggala. Anak bungsu dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sahri dan Ibu Nani.

Pendidikan yang pernah ditempuh oleh peneliti adalah di TK Al-Bahiji diselesaikan pada tahun 2003, selanjutnya di SD Negeri 01 Panca Karsa Purna Jaya diselesaikan pada tahun 2009, selanjutnya di SMP Negeri 1 Banjar Agung diselesaikan pada tahun 2012, dan dilanjutkan ke jenjang SMA Negeri 1 Pagar Dewa diselesaikan pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN Jurai Siwo Metro) yang kini telah alih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah.