

ANALISIS PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN SEWA KOS KARYAWAN PT UNGARAN SARI GARMENT PRINGAPUS

Risqi Fajar Ramadhan¹, Sri Rahayu², Nunuk Supraptini³,
Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI risqiramadhan118@gmail.com,
sri56yayux@gmail.com, supraptininunuk66@gmail.com

Abstrak

Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus yang berasal dari luar daerah memerlukan tempat tinggal selama mereka bekerja. Menyewa rumah kos menjadi salah satu solusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal di rumah kos, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang diperoleh menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui *software SmartPLS* versi 4.

Hasil menunjukkan bahwa harga dan berpengaruh signifikan keputusan sewa kos dengan nilai t-hitung variabel harga (X1) sebesar $2,278 > t\text{-tabel } 1,986$ dan nilai *p-value* sebesar $0,023 < 0,05$, variabel fasilitas (X2) sebesar $4,113 > t\text{-tabel } 1,986$ dan nilai *p-value* sebesar $0,00 < 0,05$. Sedangkan ilai t-hitung variabel lokasi (X3) sebesar $1,088 < t\text{-tabel } 1,986$ dan nilai *p-value* sebesar $0,277 > 0,05$ yang mengartikan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa kos. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,562 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan moderat hingga tinggi dalam menjelaskan variabel kepuasan wisatawan sebesar 56,2%. Berdasarkan hasil tersebut pemilik kos disarankan untuk menetapkan sesuai dengan kemampuan finansial karyawan, memberikan fasilitas seauai dengan kebutuhan, melakukan pemeliharaan fasilitas kos, dan memasang papan nama rumah kos, agar calon penghuni kos dapat dengan mudah mengenali rumah kos sehingga meningkatkan keputusan menyewa kos.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Pembelian.

Abstrac

Employees of PT Ungaran Sari Garment Pringapus from outside the region require accommodation while they work. Renting boarding houses is one of the solutions. This study aims to determine the influence of price, facilities, and location on the decision to rent boarding houses for employees of PT Ungaran Sari Garment.

This research is a quantitative descriptive study, with data collection techniques through documentation and questionnaires. The population in this study consists of all employees of PT Ungaran Sari Garment living in boarding houses, with a sample size of 96 respondents obtained using accidental sampling techniques. The research instrument uses a Likert scale and is analyzed using the Partial Least Square (PLS) method through SmartPLS version 4 software.

The results show that price significantly influences the decision to rent boarding houses, with a t-value for the price variable (X1) of $2.278 > t\text{-table } 1.96$ and a p-value of $0.023 < 0.05$. The facility variable (X2) has a t-value of $4.113 > t\text{-table } 1.96$ and a p-value of $0.00 < 0.05$. Meanwhile, the t-value for the location variable (X3) is $1.088 < t\text{-table } 1.96$ and the p-value is $0.277 > 0.05$, indicating that the location variable does not significantly influence the decision to rent boarding houses. The coefficient of determination (R^2) value of 0.562 indicates that the model has a moderate to high ability to explain the variable of tourist satisfaction at 56.2%. Based on these results,

boarding house owners are advised to set prices according to the financial capabilities of employees, provide facilities according to needs, maintain boarding house facilities, and install nameplates for the boarding houses so that prospective tenants can easily recognize them, thereby increasing the decision to rent boarding houses.

Keywords: Price, Facilities, Location, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Sektor manufaktur di Indonesia, khususnya industri garmen, menjadi tulang punggung perekonomian di banyak wilayah, termasuk Kabupaten Semarang. PT Ungaran Sari Garment (USG) Pringapus merupakan salah satu perusahaan padat karya yang menarik ribuan pekerja dari berbagai daerah. Migrasi tenaga kerja ini secara langsung memicu permintaan yang tinggi terhadap kebutuhan hunian sementara yang terjangkau, dan rumah kos menjadi pilihan akomodasi yang paling dominan bagi karyawan lajang atau yang tidak berkeluarga.

Keputusan seorang karyawan untuk memilih rumah kos merupakan proses pengambilan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor pemasaran jasa. Keputusan Pembelian adalah proses di mana konsumen mengevaluasi, memilih, dan bertindak untuk memperoleh barang atau jasa (Kotler & Amstrong, 2021). Dalam konteks sewa kos, keputusan ini mencakup proses identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan akhir, indikator keputusan sewa kos meliputi kemantapan pilihan, tingkat kenyamanan yang dirasakan, dan minat untuk merekomendasikan.

Menurut Kotler dan Keller (2022), harga merupakan satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, sedangkan komponen lainnya cenderung menghasilkan biaya. Penetapan harga yang efektif

perlu mempertimbangkan biaya produksi, keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas, fleksibilitas harga, serta pandangan konsumen mengenai nilai produk. Dalam jasa sewa kos, harga diukur melalui dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga. Harga memainkan peran kritical karena secara langsung memengaruhi daya beli karyawan. Masalah yang dihadapi adalah Mayoritas karyawan memiliki penghasilan yang terikat pada Upah Minimum Kabupaten (UMK). Kenaikan harga sewa yang tidak proporsional dengan peningkatan UMK seringkali menciptakan tekanan finansial, memaksa karyawan untuk mencari kos yang murah meskipun fasilitasnya terbatas.

Fasilitas juga menjadi alasan yang memengaruhi keputusan seorang karyawan menyewa kos. Fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang diperlukan sebelum produk atau layanan disediakan kepada konsumen (Tjiptono dalam Apriliani 2022). Dalam usaha jasa, keberadaan fasilitas sangatlah krusial. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan standar pelayanan, kelengkapan desain baik di dalam maupun di luar, serta kebersihan dalam pelayanan, terutama yang berhubungan langsung dengan persepsi pelanggan. Fasilitas merujuk pada berbagai keunggulan atau kemudahan yang ditawarkan oleh penyedia jasa kepada para konsumen. Keluhan mengenai fasilitas yang tidak memadai (misalnya, koneksi internet yang lambat, perabotan usang, atau masalah air bersih) sering muncul. Fasilitas yang seharusnya menjadi bukti fisik kualitas jasa justru menjadi sumber ketidakpuasan.

Selain harga dan fasilitas, lokasi juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan karyawan menyewa kos. Lokasi merupakan salah satu dari elemen penting dalam bauran pemasaran yang berperan besar dalam menentukan di mana produk atau jasa akan tersedia dan bagaimana cara produk atau jasa tersebut didistribusikan kepada konsumen, begitu juga dalam pengambilan keputusan tempat kos. Lokasi merujuk pada keputusan strategi tentang di mana perusahaan harus menempatkan fasilitas fisiknya agar dapat secara efektif dan efisien menjangkau target pasar serta mencapai keunggulan kompetitif. (Tjiptono dalam Muhammad, 2024).

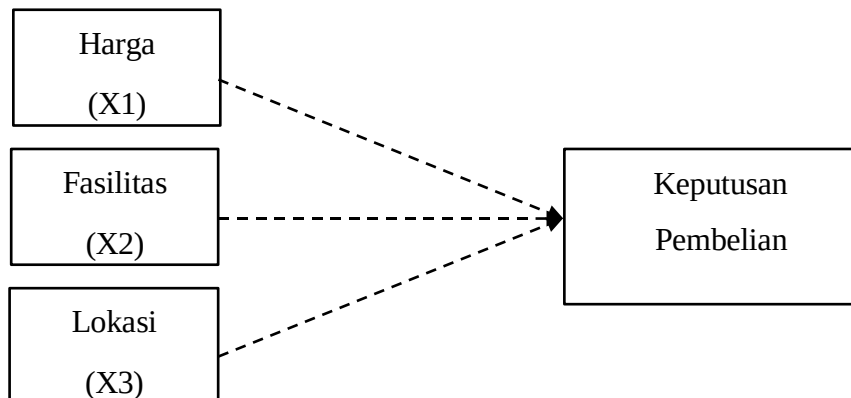
Secara teori, lokasi yang dekat dengan tempat kerja harus menjadi faktor penentu utama untuk menghemat waktu dan biaya transportasi. Namun, di lapangan, harga premium untuk lokasi dekat sering dihindari, mengindikasikan bahwa karyawan mungkin mengorbankan kedekatan lokasi demi harga yang lebih baik atau fasilitas yang lebih lengkap.

Penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor penentu keputusan sewa kos menunjukkan hasil yang tidak konsisten (*inconsistent findings*). Beberapa studi menemukan bahwa harga, fasilitas, dan lokasi memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan (Fitria dkk., 2023). Namun, penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Rahayu dan Hartiningtyas (2022) pada properti, menemukan bahwa lokasi tidak selalu signifikan secara parsial. Variasi hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel sangat bergantung pada konteks spesifik pasar, profil demografis konsumen, dan sensitivitas harga di area tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan dan penting untuk menguji kembali model pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi secara empiris pada segmen pasar yang spesifik dan sensitif, yaitu karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Kerangka Berpikir

Hipotesis



Hipotesis dianggap sementara karena jawaban yang dihasilkan masih berdasarkan teori, dan belum didukung oleh fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

1. H01: Diduga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Ha1: Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

2. H02: Diduga fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Ha2: Diduga fasilitas berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

3. H03: Diduga lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Ha3: Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain survei. Populasi adalah seluruh karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus yang tinggal di rumah kos di wilayah Pringapus. Karena jumlah populasi yang pasti dan dinamis sulit diketahui secara akurat, penentuan sampel mengacu pada kriteria minimum untuk PLS-SEM. Sampel penelitian berjumlah 96 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap memenuhi kriteria sebagai karyawan penyewa kos. Jumlah 96 responden ini telah memenuhi kriteria minimal yang disarankan untuk analisis PLS-SEM.

Data dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. PLS-SEM dipilih karena merupakan teknik analisis yang kuat, tidak memerlukan asumsi distribusi data, dan cocok untuk analisis prediktif.

Tahap Analisis PLS-SEM:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menguji validitas konvergen (*Loading Factor* dan *AVE*), validitas diskriminan (*Fornell-Larcker*), dan reliabilitas (*Composite Reliability*).

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menguji signifikansi hubungan antar variabel melalui Uji t (melalui *bootstrapping*) dan *P-Value*. Hipotesis diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5%, nilai yang digunakan adalah 1,96. Selain itu, diuji juga Koefisien Determinasi (R^2) dan relevansi prediktif (Q^2).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat nilai probabilitas dan statistik. Uji statistik pada metode ini menggunakan statistik t atau uji t. Nilai probabilitas, nilai *P-Value* dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5%. Sehingga, kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Pengujian dilakukan dengan t-test, apabila diperoleh p-value alpha 5%, maka data tersebut signifikan (Ghozali, 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Identitas Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	13	13,5%
Perempuan	83	86,5%

Total	96	100%
-------	----	------

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 83 orang atau 86,5% dari keseluruhan responden. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal di rumah kos berjenis kelamin perempuan. Dan sisanya sebanyak 13 orang atau 13,5% responden berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 2 Usia responden

Usia Responden	Jumlah	Persentase
18-22 tahun	40	42%
23-27 tahun	52	54%
≥ 28 tahun	4	4%
Total	96	100%

Tabel 2 memperlihatkan bahwa responden paling banyak usia antara 23 hingga 27 tahun sebanyak 52 atau 54% responden, disusul responden dengan rentang usia antara 18 sampai dengan 22 tahun berjumlah 40 responden setara 42%, dan sisanya sebanyak 4% responden berusia sama dengan atau lebih dari 28 tahun. Data tersebut mengindikasikan bahwa karyawan PT Ungaran Sari Garment yang tinggal di rumah kos banyak yang berusia antara 23 sampai dengan 27 tahun.

1. Hasil Outer Model

Analisa outer model digunakan dalam menguji pengukuran yang layak untuk dijadikan pengukuran yang valid. Dalam analisa ini dapat dilihat dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, *Rho_A*, dan *Composite Reliability*.

a. Convergent Validity

Convergent Validity dinilai berdasarkan korelasi antar skor item dari pernyataan setiap indikator serta kontruk. Nilai ini kemudian disebut dengan nilai uji outer loading. Jika hasil uji loading > 0.7 maka dianggap valid. Hasil nya disajikan pada tabel dan gambar berikut.

Tabel 3
Hasil Outer Loadings

	Harga	Fasilitas	Lokasi	Keputusan Pembelian
X1.1	0.817			
X1.2	0.770			
X1.3	0.777			
X1.4	0.719			
X1.5	0.700			
X1.6	0.777			
X1.7	0.804			
X1.8	0.775			

X2.1		0.831		
X2.2		0.809		
X2.3		0.816		
X2.4		0.841		
X2.5		0.822		
X2.6		0.761		
X2.7		0.727		
X2.8		0.759		
X3.1			0.869	
X3.2			0.769	
X3.3			0.799	
X3.4			0.781	
X3.5			0.757	
X3.6			0.723	
X3.7			0.720	
X3.8			0.804	
Y.1				0.826
Y.2				0.779
Y.3				0.775
Y.4				0.794
Y.5				0.808
Y.6				0.778
Y.7				0.740
Y.8				0.777

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai outer loading dari masing-masing indikator pada variabel harga, fasilitas, lokasi, dan keputusan pembelian memenuhi kriteria *convergent validity* dengan memperoleh nilai *outer loading* $\geq 0,7$. Sehingga data tersebut dinyatakan memenuhi standar validitas. Selain melihat nilai outer loading, dalam uji validitas juga dapat melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut ini merupakan tabel AVE untuk menguji validitas instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

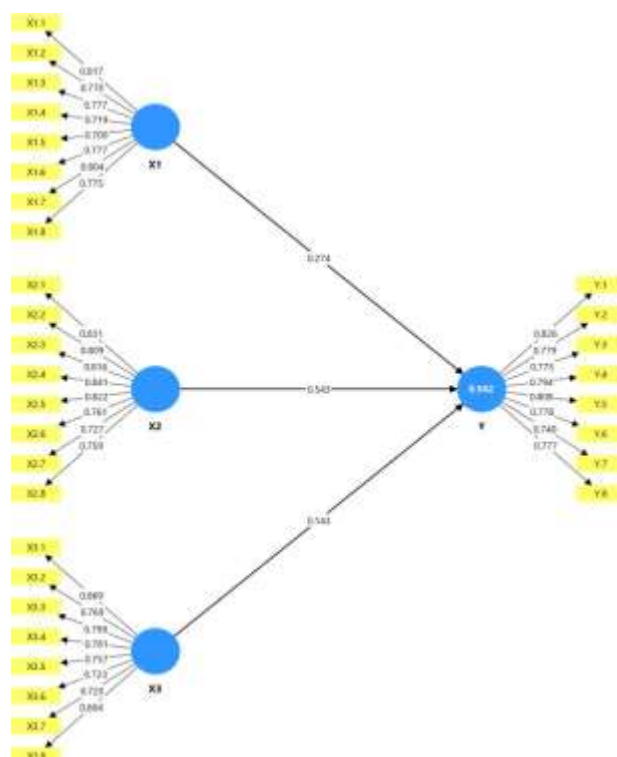
Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Harga (X1)	0,590	Valid
Fasilitas (X2)	0,635	Valid
Lokasi (X3)	0,607	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,616	Valid

Sumber : Data primer yang sudah diolah SmartPLS 4.1 (2025)

Pada tabel 4.6 di atas memperlihatkan bahwa semua indikator pada setiap variabel dapat

dinyatakan valid atau memenuhi standar validasi dengan nilai AVE di atas 0,5 ($> 0,5$). Berdasarkan hasil dari semua variabel yang telah diuji, diketahui bahwa semuanya telah memenuhi kriteria yang ditentukan, sehingga seluruh variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil *loading factor* pada semua variabel dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1
Hasil Loading Factor Seluruh Variabel



Sumber : Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

b. *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan memiliki tujuan untuk menguji tingkat perbedaan konstruk laten dengan konstruk lainnya, hal tersebut dapat dilihat pada nilai *Fornell Larckel Criterion*. Berikut merupakan tabel validitas melalui *fornell larckel criterion*

Tabel 5
Uji Fornell – Larcker

	X1	X2	X3	Y
X1	0,768			
X2	0,257	0,797		
X3	0,682	0,267	0,779	
Y	0,511	0,652	0,475	0,785

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Berdasarkan hasil uji *Fornell-Larcker* yang ditunjukkan dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji *Fornell-Larcker* memberikan keyakinan terhadap validitas diskriminan, di mana nilai akar AVE dari setiap konstruk lebih tinggi daripada nilai korelasi antara variabel

laten dengan semua variabel laten lainnya.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel pada tabel Fornell-Larcker Variabel Y mempunyai akar AVE yakni sebesar 0,785 X1 mempunyai akar AVE yakni sebesar 0,768, sedangkan variable X2 memiliki akar AVE yakni 0.797, sementara pada variabel X3 memiliki akar AVE sebesar 0.779. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi standar uji validitas diskriminan.

c. *Composite Reliability*

Pengujian *composite reliability* digunakan untuk menguji instrumen dalam suatu model penelitian. Konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik atau tinggi jika nilai *composite reliability* atau cronbach alpha di seluruh variabel mencapai $\geq 0,7$.

Tabel 6
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Harga (X1)	0,910	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,922	Reliabel
Lokasi (X3)	0,915	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,913	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Hasil tabel 4.7 menunjukan indikator pada tiap variabel telah memenuhi syarat uji reliabilitas dengan nilai *composite reliability* $> 0,7$ sehingga dapat nyatakan reliabel.

Tabel 7
Cronbach's Alpha

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Harga (X1)	0,910	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,922	Reliabel
Lokasi (X3)	0,915	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,913	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel penelitian dinyatakan reliabel dan telah memenuhi standar uji. Hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* pada setiap variabel yang berada di atas 0,7 ($>0,7$).

2. Hasil Inner Model

a. Uji R-square (R^2)

Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh terhadap hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Perubahan pada nilai *R-Square* menunjukkan adanya perubahan pada hal tersebut. Dapat disimpulkan bahwa terdapat kriteria pada nilai *R-Square* yaitu 0.75, 0.50, 0.25, yang berarti dari kriteria tersebut dapat dikatakan bahwa

nilai tersebut memiliki model yang kuat, sedang, dan lemah. *R-Square* dalam PLS dapat menghasilkan variabel yang dijelaskan dalam model yang diwakili oleh jumlah varian.

Tabel 8
Nilai R-Square

	R-Square	R-Square adjusted
Keputusan Pembelian	0,562	0,548

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Nilai R-square variabel keputusan pembelian pada tabel diatas adalah (0,562). Hal tersebut menunjukan bahwa kekuatan variabel harga, fasilitas, dan lokasi dapat dijelaskan melalui variabel keputusan pembelian sebesar 56,2% atau dapat dikatakan masuk kedalam kategori sedang. Sedangkan 53,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

b. *Path Coefficient*

Pengukuran *path coefficient* bertujuan untuk menunjukkan seberapa kuat pengaruh dari variabel independen kepada variabel dependen. Kriteria nilai *path coefficient* adalah jika nilainya positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang dipengaruhi adalah searah. Nilai path coefficient berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. Dan jika nilai *path coefficient* adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya adalah berlawanan arah.

Tabel 9
Path Coefficient

Variabel	Original Sampel (O)	T statistik	P Values
Harga -> Keputusan Pembelian	0,274	2,278	0,023
Fasilitas -> Keputusan Pembelian	0,543	4,113	0,000
Lokasi -> Keputusan Pembelian	0,143	1,088	0,277

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Pada tabel 4.10 menunjukan bahwa terdapat tiga nilai *path coefficient* yaitu pada variabel X1 terhadap variabel Y 0,274, variabel X2 terhadap Y 0,543 dan variabel X3 terhadap Y 0,143 dimana semakin mendekati nilai -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif. *t-statistic* menunjukkan nilai statistik uji t, yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *p-value*: menunjukkan tingkat signifikansi (*p-value*). Jika nilai ini kurang dari 0,05, maka hubungan dianggap signifikan secara statistik.

Harga terhadap Keputusan Pembelian, koefisien jalur: 0,274, t-statistik: 2,278, *p-value*: 0,023 interpretasinya yaitu harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian, koefisien jalur: 0,543, t-statistik: 4,113, *p-value*:

0,000 interpretasinya yaitu fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, koefisien jalur: 0,143, t-statistik: 1,088, p-value: 0,277 interpretasinya yaitu lokasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. *Q-Square Predictive Relevance (Q²)*

Pengukuran ini dilakukan untuk menyaring seberapa baik hasil pengamatan dengan prosedur blindfolding melihat nilai pada Q². Nilai Q²

> 0 menunjukkan pengamatan yang baik, namun jika Q² < 0 menunjukkan bahwa hasil pengamatan tersebut kurang baik (Kotler et al., 2022).

Tabel 10
Uji Q-Square Predictive Relevance (Q²)

	Q²predic	RMSE	MAE
Y	0.454	0.759	0.493

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Nilai Q square sebesar 0.454 termasuk dalam kategori besar atau relevan dalam konteks model PLS (*Partial Least Squares*). Nilai Q square yang lebih dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan prediksi yang baik. Secara lebih rinci, nilai Q square 0.454 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang kuat.

d. *Quality Indexes*

Indeks *Goodness of Fit* (GoF) memiliki tiga kategori penilaian, yaitu 0.1 untuk nilai GoF rendah, 0.25 untuk nilai GoF sedang, dan 0.36 untuk nilai GoF tinggi. Di bawah ini adalah rumus untuk indeks *Goodness of Fit* (GoF), yaitu:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R \text{ Square}}$$

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R \text{ Square}}$$

$$= \sqrt{\frac{(0,590+0,635+0,607+0,616)}{4}} \times 0,562$$

$$= \sqrt{0,612} \times 0,562$$

$$= 0,586$$

Nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,586, dapat ditafsirkan nilai GoF masuk kedalam kategori tinggi dan dapat dinyatakan layak.

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hasil hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan perhitungan PLS teknik *bootstrapping*. Dari perhitungan tersebut akan memperlihatkan hasil nilai P-Value setiap jalur atau hubungan. Hipotesis ini menggunakan pengujian *two-tailed* (dua arah) dengan nilai signifikansi $0,05/2 = 0,025$ maka rumus t-tabel adalah $df = n-k-1$ atau $96-3-1 = 92$. Berikut adalah kutipan t-tabel:

Tabel 11
Titik Presentase Distribusi t α 5%

df	0,05	0,025
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984

99	1.660	1.984
100	1.660	1.984

Dari tabel diatas maka kriteria nilai *t-statistic* adalah $>1,986$ dan sebuah hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila nilai probabilitas/signifikansi (*P Value*) $<0,05$.

Tabel dibawah ini merupakan uji hipotesis melalui uji *path coefficient* dan ditunjukkan nilai *P-Value*:

Tabel 12
Hasil Analisis Jalur

Hipotesis Penelitian	Hubungan	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H1	Harga $\square$ Keputusan Pembelian	2,278	0,023	Berpengaruh Signifikan
H2	Fasilitas $\square$ Keputusan Pembelian	4,113	0,000	Berpengaruh Signifikan
H3	Lokasi $\square$ Keputusan Pembelian	1,088	0,277	Tidak Berpengaruh

Sumber: Hasil pengolahan data primer SmartPLS 4. 2025

Hasil uji hipotesis pada tabel diatas dapat dijelaskan pada model dibawah ini:

a. Hipotesis 1 (H1)

H01: Diduga harga tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Ha1: Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut diperoleh nilai t-hitung variabel harga (X1) sebesar 2,278 $>$ t tabel 1,986 dan nilai p-value sebesar 0,023

kurang dari 0,05 ($0,023 < 0,05$) yang artinya variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (Ha1) dalam penelitian ini diterima dan H01 ditolak.

b. Hipotesis 2 (H2)

H02: Diduga fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Ha2: Diduga fasilitas berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut diperoleh nilai t-hitung variabel fasilitas (X2) sebesar 4,113 $>$ t tabel 1,986 dan nilai p-value sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atau dapat dikatakan hipotesis pertama (Ha2) dalam penelitian ini diterima dan H02 ditolak.

c. Hipotesis 3 (H3)

H01: Diduga lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus.

Ha1: Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan sewa kos karyawan PT Ungaran Sari Garment.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut diperoleh nilai t-hitung variabel lokasi (X3) sebesar $1,088 < t$ tabel 1,986 dan nilai p-value sebesar 0,277 lebih dari 0,05 ($0,277 > 0,05$) yang artinya variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atau dapat dikatakan hipotesis kedua (Ha3) dalam penelitian ini diterima dan Ho3 diterima.

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, evaluasi model pengukuran (Outer Model) menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian memiliki validitas dan reliabilitas tinggi. Semua indikator dari variabel Harga, Fasilitas, dan Lokasi memenuhi kriteria Convergent Validity dengan nilai Outer Loading dan AVE di atas ambang

batas. Selain itu, Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker) dan Reliabilitas (Composite Reliability dan Cronbach's Alpha) juga terpenuhi, menandakan bahwa instrumen yang digunakan akurat dan konsisten. Kelayakan model secara struktural (Inner Model) juga dikonfirmasi melalui nilai GoF sebesar 0,586, yang tergolong Tinggi, serta nilai Q^2 sebesar 0,454 yang menunjukkan kemampuan prediksi model yang baik dan relevan.

Uji *Inner Model* menunjukkan bahwa ketiga variabel eksogen (Harga, Fasilitas, dan Lokasi) secara simultan mampu menjelaskan 56,2% variasi dalam Keputusan Sewa Kos. Nilai R-Square sebesar 0,562 ini menempatkan model pada kategori Sedang, namun tetap menunjukkan kontribusi yang signifikan. Melalui analisis Path Coefficient, semua variabel ditemukan memiliki hubungan yang positif terhadap Keputusan Sewa Kos, mengindikasikan bahwa peningkatan pada variabel eksogen cenderung meningkatkan keputusan sewa. Namun, perbedaan kekuatan pengaruh diuji lebih lanjut melalui uji hipotesis parsial.

Hasil pengujian hipotesis parsial menegaskan bahwa variabel Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Sewa Kos. Harga memiliki nilai t-statistik sebesar 2,278 dan P-Value sebesar 0,023, yang lebih kecil dari 0,05, membuktikan bahwa penetapan harga yang efektif dan wajar sangat penting. Sementara itu, Fasilitas menjadi prediktor paling dominan dengan nilai t-statistik tertinggi (4,113), menekankan bahwa kualitas bukti fisik dan layanan (seperti Wi-Fi dan kebersihan) sangat krusial bagi karyawan. Temuan ini didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya nilai yang diterima konsumen.

Sebaliknya, variabel Lokasi ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Sewa Kos, ditunjukkan oleh nilai yang rendah (1,088) dan yang jauh di atas 0,05 (0,277). Kesimpulan ini menyiratkan bahwa karyawan PT Ungaran Sari Garment bersedia mengesampingkan kedekatan lokasi tempat kos dengan tempat kerja asalkan harga dan fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan finansial dan kebutuhan kenyamanan mereka. Temuan ini sejalan

dengan penelitian yang menunjukkan adanya pergeseran prioritas konsumen di pasar yang sensitif harga, di mana pertimbangan biaya dan kenyamanan mengungguli efisiensi jarak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data menggunakan metode PLS-SEM, ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Sewa Kos Karyawan PT Ungaran Sari Garment Pringapus, sementara variabel Lokasi tidak. Pengaruh Harga (X1) bersifat positif dan signifikan, dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar

2,278 (lebih besar dari t -tabel 1,986) dan P -value sebesar 0,023 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini berarti harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan akan meningkatkan keputusan sewa. Pengaruh paling dominan berasal dari Fasilitas (X2), yang juga positif dan signifikan, dengan nilai t -hitung tertinggi, yaitu 4,113, dan P -value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas dan kelengkapan fasilitas sangat krusial dan menjadi prioritas utama karyawan. Sebaliknya, Lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan, karena t -hitung hanya 1,088 (lebih kecil dari t -tabel 1,986) dan P -value sebesar 0,277 (lebih besar dari 0,05), menyiratkan bahwa jarak bukan alasan utama; karyawan lebih memprioritaskan kesesuaian harga dan fasilitas dengan kemampuan finansial dan kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. & Iriyani. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Sewa Kamar Kost Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 267–280. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2328>
- Anjani, J. P., & Andriani, D. N. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pemilihan Indekos Pada Mahasiswa Universitas PGRI Madiun. 2(1).
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di Grand Nusa Indah blok j, cileungsi pada Pt. Kentanix Supra Internasional). *Ikraith Ekonomika*. 4(3), 243-252.
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. 3. *EMAS*, 3(3), 217–230.
- Asnia, A., Tri, H. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Kost Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis. *Politeknik Negeri Bengkalis*
- Brilliani, I. D., & Setiawan, W. (2023). Identifikasi Rumah Kos Dan Kontrak Di Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur. Siar-IV.
- Fauzi, M., & Daniel, S. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Serta Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Mitra Kost Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*,.
- Fitria, Y., & Amrullah, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Indekos Daerah Sekitar Kampus UIN Raden Intan Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 4(1). <https://doi.org/10.57084/bej.v4i1.1053>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (*Third edition*). SAGE.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of marketing (Nineteenth edition, global edition). *Pearson*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing management (Sixteenth edition, global edition). *Pearson*.
- Nisak, K., Pardiman, & Rachmadi, K., I. (2024). Preferensi Mahasiswa Dalam Memilih Rumah Kos (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. e – *Jurnal Riset Manajemen*.
- Paruntu, J. G., Hatidja, D., & Langi, Y. A. R. (2021). Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Indekos dengan Analisis Faktor. *Jurnal Ilmiah Sains*, 21(2), 119. <https://doi.org/10.35799/jis.v21i2.28868>
- Rahayu, W. P., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Mbs Dalam Menyewa Kamar Kost. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(3), 620–631. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i3.265>

- Rizki, Lestari, & Arif. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Santi Collection Cikatomas Tasikmalaya). *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(4), 382–394. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1274>
- Setiabudhi, H. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. Borneo Novelty Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Alfabeta.
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2021). Determinan Keputusan Mahasiswa Ekonomi Syariah Memilih Rumah Kost (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Langsa). *JMAS*, vol. 2, no. 3, pp. 230-240,
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=6n6REAAAQBAJ>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (Eighth edition). World Scientific.