

## **BAB 1**

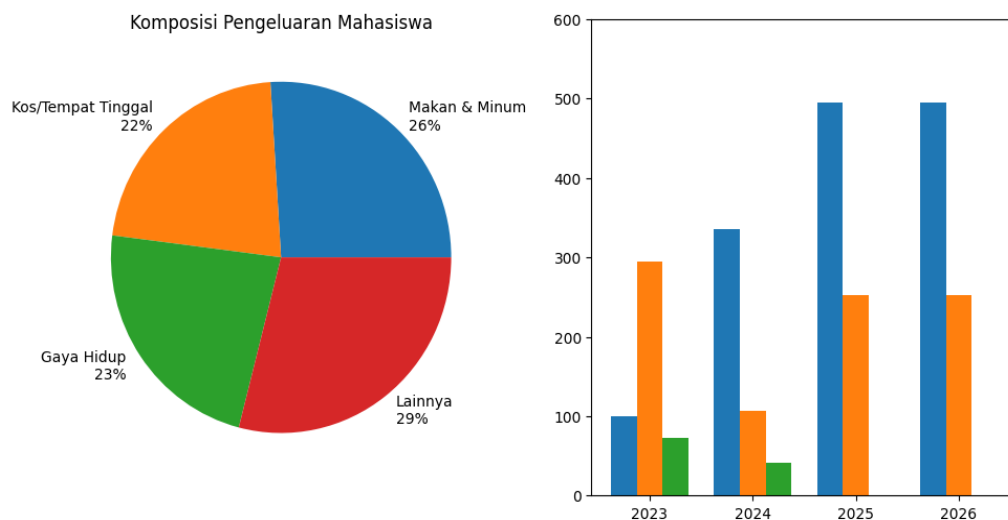
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indekos merupakan salah satu industri yang meningkat pesat pada beberapa tahun terakhir dan industri indekos ini masih akan terus memiliki potensi yang baik sampai dengan 5 tahun kedepan (Rumah.com, 2021). Indekos atau biasa disebut dengan kos-kosan ini merupakan sebuah persewaan kamar yang ada dalam sebuah bangunan. Indekos ini biasanya dikenakan pembayaran dengan jumlah tertentu pada setiap periode tertentu yang telah disepakati. Dapat dipahami bahwa menyewa indekos atau yang biasa orang menyebutnya dengan ‘nge-kos’ itu berarti menyewa sebuah kamar (Hanifah, 2022).

Saat ini keberadaan Indekos di Indonesia semakin menjamur di setiap daerahnya. Mulai dari kota-kota besar hingga kota-kota kecil yang ada di Indonesia. Hal tersebut juga dapat dipicu karena peminatnya yang semakin tinggi juga (Hanifah, 2022). Peminat yang semakin tinggi tersebut juga ditandai dengan adanya banyak mahasiswa yang berlomba-lomba untuk melanjutkan jenjang pendidikannya ke kota lain, serta juga terdapat mahasiswa yang telah lulus atau fresh graduate yang baru merintis karir di kota-kota besar di Indonesia. Di sisi lain juga ada orang yang lebih memilih menyewa indekos daripada rumah kontrakan karena indekos dapat dibayar setiap bulannya (Hanifah, 2022). Hal ini tentu lebih memudahkan penghuni, terutama bagi mahasiswa dan pekerja pemula yang belum memiliki penghasilan tetap atau

masih dalam tahap penyesuaian finansial. Dengan berbagai kemudahan tersebut, indekos tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal sementara, tetapi juga menjadi solusi hunian yang praktis, ekonomis, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern yang memiliki mobilitas tinggi.



**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Indeks 2024**

(Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Surabaya 2024.)

Grafik diatas menggambarkan pola pengeluaran mahasiswa serta perkembangan industri indekos dalam beberapa tahun terakhir. Dari sisi pengeluaran, mahasiswa paling banyak mengalokasikan dana pada kategori lain-lain sebesar 29%, kemudian diikuti oleh kebutuhan makan dan minum sebesar 26%, gaya hidup sebesar 23%, dan biaya indekos atau tempat tinggal sebesar 22%. Data ini menunjukkan bahwa meskipun biaya indekos bukan pengeluaran terbesar, indekos tersebut tetap menjadi kebutuhan penting karena termasuk dalam tiga pengeluaran utama mahasiswa.

Selanjutnya, pada aspek pertumbuhan bisnis indekos dari tahun 2023 hingga 2026 terlihat adanya peningkatan yang cukup signifikan. Pendapatan

bisnis indekos meningkat dari 295 pada tahun 2023 menjadi 335 pada tahun 2024, kemudian mengalami lonjakan besar hingga 495 pada tahun 2025, dan stabil pada angka yang sama di tahun 2026. Pola yang sama juga terlihat pada laba, yaitu naik dari 100 pada 2023 menjadi 106 pada 2024, lalu meningkat tajam menjadi 252 pada 2025, dan tetap stabil hingga 2026. Hal ini menunjukkan bahwa industri indekos mengalami pertumbuhan yang pesat sebelum akhirnya memasuki tahap stabil dengan keuntungan yang cukup tinggi.

Pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti meningkatnya urbanisasi yang membuat banyak orang pindah ke kota, bertambahnya jumlah mahasiswa yang membutuhkan tempat tinggal, serta perubahan gaya hidup generasi muda yang lebih memilih sistem sewa dibandingkan memiliki tempat tinggal sendiri. Selain itu, gaya hidup yang lebih praktis juga mendorong tingginya permintaan terhadap indekos.

Perguruan tinggi, sebagai lembaga pendidikan yang mengelola jenjang pendidikan tinggi, memainkan peran penting dalam membentuk tenaga kerja yang unggul, sebab saat ini kualitas sumber daya manusia dianggap sebagai elemen utama dalam masa globalisasi perdagangan. Persaingan yang semakin ketat dan ekspektasi tinggi di lapangan pekerjaan juga menuntut tenaga kerja yang handal dengan berbagai kemampuan yang mereka miliki, sehingga bisa berkembang secara pribadi dan berkontribusi bersama dalam kemajuan negara. Setelah lulus dari pendidikan menengah, baik itu sekolah menengah atas maupun sekolah menengah kejuruan, sejumlah besar siswa berminat untuk

melanjutkan studi ke tingkat yang lebih lanjut atau ke universitas supaya kelak siap bertarung di pasar kerja.

Mahasiswa yang berasal dari luar daerah kampus umumnya menghadapi kesulitan dalam menentukan tempat tinggal selama menempuh studi di perguruan tinggi. Kondisi ini mendorong mereka untuk mencari informasi mengenai alternatif hunian sementara, khususnya indekos, di sekitar lingkungan universitas. Indekos menjadi salah satu pilihan tempat tinggal yang strategis bagi mahasiswa karena dinilai lebih praktis dan relatif sesuai dengan kebutuhan selama studi. Dalam memilih indekos, mahasiswa perlu mempertimbangkan berbagai faktor, antara lain tingkat harga sewa, lokasi yang dekat dengan kampus, serta kelengkapan fasilitas yang disediakan oleh pengelola indekos. Selain itu, aspek keamanan dan kenyamanan lingkungan indekos juga penting karena dapat memengaruhi kelancaran aktivitas belajar dan kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Di samping itu, kondisi ekonomi menjadi aspek penting dalam menentukan pilihan tempat tinggal bagi mahasiswa. Banyak calon mahasiswa berasal dari keluarga dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah sehingga mereka harus mencari indekos yang sesuai dengan kemampuan finansial, tanpa mengorbankan kebutuhan dasar kenyamanan dan keamanan. Berbagai studi menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih indekos dengan harga sewa terjangkau, namun masih menyediakan fasilitas pokok seperti kamar layak huni, akses internet, dan keamanan lingkungan. Data Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) tahun

2023 menginformasikan bahwa sekitar 70% calon mahasiswa Tahun Akademik 2023 tinggal di dalam maupun di luar daerah asal mereka, dengan indekos menjadi alternatif hunian yang dominan bagi pemenuhan kebutuhan tempat tinggal selama studi (Kemendikbudristek, 2023).

Pengambilan keputusan secara *fundamental* merupakan mekanisme pemilihan di antara sejumlah opsi tindakan yang tersedia, dengan tujuan mencapai hasil yang paling optimal. Berdasarkan pandangan Kotler dan Armstrong (2006), keputusan pembelian merujuk pada fase atau langkah keputusan di mana pembeli secara langsung (nyata) melaksanakan pembelian barang. Secara umum, alur pengambilan keputusan pembelian yang dilalui konsumen melibatkan serangkaian langkah yang dikenal sebagai model lima tahapan, yakni identifikasi kebutuhan, eksplorasi data, penilaian pilihan, penentuan pembelian, serta respons setelah transaksi (Kotler & Keller, 2009). Penelitian tentang preferensi tingkah laku pelanggan dalam pemilihan tempat tinggal mahasiswa membuktikan bahwa letak geografis strategis dekat universitas membantu mengurangi biaya waktu dan biaya akses, namun harga bersaing ditambah dengan internet dan keamanan menjadi prioritas tertinggi (Amoahet *al.*, 2024).

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah *social media marketing* yang dapat digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang ingin dipasarkan supaya dapat dikenal oleh kalangan mahasiswa. Promosi melalui media sosial juga memainkan peran penting dalam menarik minat mahasiswa. Di era digital ini, pemilik kamar kos

memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan indekos mereka. Media sosial memungkinkan pemilik indekos untuk menjangkau calon penghuni dengan cepat dan efisien.

*Social Media Marketing* adalah pemasaran yang dilakukan strategi promosi dan pemasaran yang memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Santoso *et al.*, (2017), mendefinisikan pemasaran media sosial sebagai jenis pemasaran yang menggunakan platform media sosial untuk secara langsung atau tidak langsung sehingga sebuah merek, produk, bisnis, atau organisasi dapat memperoleh lebih banyak kesadaran, pengakuan, ingatan, dan bahkan tindakan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kotler & Keller (2016), Konsumen memanfaatkan media sosial untuk bertukar konten teks, gambar, suara, dan video dengan pengguna lain maupun dengan bisnis. Ketersediaan media baru (*new media/cybermedia*) membuat informasi mudah diakses dan terbuka. Dengan kemampuannya, media sosial dapat melakukan tugas dan peran yang terkait dengan periklanan di dunia korporat.

Hein, Y. L. (2025), menemukan bahwa promosi melalui media sosial dapat meningkatkan minat calon pengguna. Penelitian oleh Šola & Zia (2021), menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam menarik perhatian mahasiswa dan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih indekos. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku konsumen. Sekarang banyak pemilik indekos yang menggunakan media sosial untuk menampilkan

fasilitas indekos mereka, berbagi testimoni dari penghuni sebelumnya, dan memberikan informasi tentang biaya serta layanan tambahan yang ditawarkan.

Penelitian Sahin *et al.*, (2017) menyatakan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian indekos. Dan hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Salemet *et al.*, (2022), bahwasanya *social media marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian indekos.

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Harga menurut Kotler dan Keller dalam Krisdayanto (2018) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan.

Harga merupakan suatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa, pemilihan indekos dapat disesuaikan dengan penghasilan orang tua mereka karena tidak semua orang tua memiliki penghasilan yang besar atau yang mampu untuk membayar sewa indekos yang ditawarkan oleh pemilik indekos. Biaya sewa indekos merupakan hal penting yang perlu dipertimbangkan saat memilih tempat tinggal.

Harga sewa yang relevan dengan fasilitas serta akses yang ditawarkan membuat keputusan akhir bagi mahasiswa untuk memilih tempat tinggal. Penelitian ini membuktikan bahwa Harga yang sesuai dengan fasilitas dan

akses yang ditawarkan akan mempengaruhi keputusan akhir mahasiswa dalam memilih kos (Fitria & Amrullah, 2023). Selain itu, harga yang kompetitif dengan fasilitas yang memadai juga menjadi pertimbangan utama dalam meningkatkan minat dan kenyamanan mahasiswa dalam memilih indekos (Fawzia *et al.*, 2023). Harga yang kompetitif dengan value optimal dalam memilih indekos dianggap daya tarik utama.

Menurut Rahayu & Hartiningtyas, (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian indekos. Maka bertentangan dengan tiga penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anita 2021), (Tampubolon 2018) dan (sara & rizki 2017) dimana hasil dari tiga penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian indekos.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang mendukung kenyamanan konsumen dalam mencapai kepuasan terhadap suatu jasa (Septiyowati & Oetomo, 2017). Selain itu, fasilitas juga diartikan sebagai sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2014). Dalam konteks indekos, fasilitas yang disediakan seperti Wi-Fi, tempat parkir, kamar mandi, serta perlengkapan kamar menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa (Prihono & Nurcahyanie, 2024). Fasilitas yang memadai serta aspek keamanan dan kenyamanan juga menjadi pertimbangan utama, terutama bagi mahasiswi, dimana ketersediaan indekos khusus perempuan dapat meningkatkan rasa aman dan preferensi dalam memilih tempat tinggal.

Kotler (2020) menjelaskan bahwa fasilitas terkini mendorong kesetiaan konsumen. Adapun Airbnb, (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa 80% responden lebih suka indekos dengan pendingin udara dan area memasak bersama meskipun biaya sedikit lebih mahal. Namun, *Consumer Reports* mengingatkan bahwa fasilitas yang berlebihan tanpa kegunaan nyata bisa dianggap sebagai harga yang tidak wajar (*Consumer Reports*, 2023). Dalam skenario Indonesia, penelitian dari *Journal of Housing Studies* mengungkapkan bahwa mahasiswa asing cenderung memilih fasilitas untuk menekan pengeluaran hidup sehari-hari (Lee *et al.*, 2019).

Rahayu & Hartiningtyas, (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam pembelian indekos. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anita 2021), dan (Amilia *et al.*, 2019) yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian indekos.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 mahasiswa, sebanyak 9 mahasiswa mengatakan bahwa indekos yang mereka lihat di media sosial ternyata sesuai dengan kondisi aslinya. Mereka merasa puas karena foto dan video yang diunggah di Instagram atau TikTok memang sama seperti keadaan kos saat dilihat langsung. Beberapa mahasiswa mengatakan kamar indekos terlihat bersih, nyaman, dan fasilitasnya juga lengkap, seperti WiFi, kamar mandi, tempat parkir, dapur bersama, dan lokasi yang dekat dengan kampus. Selain itu, mereka merasa harga indekos yang ditawarkan masih sesuai dengan

fasilitas yang didapat. Menurut mereka, harga yang sedikit lebih mahal masih bisa diterima jika tempatnya nyaman dan fasilitasnya lengkap. Adanya video room tour dan informasi harga di media sosial juga membuat mereka lebih mudah membandingkan beberapa indekos tanpa harus datang ke banyak tempat.

Sementara itu, 6 mahasiswa lainnya mengatakan bahwa informasi indekos di media sosial tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi sebenarnya. Beberapa dari mereka merasa foto dan video yang diunggah terlihat lebih bagus dibandingkan kondisi asli indekos. Ada mahasiswa yang mengatakan ukuran kamar ternyata lebih kecil, fasilitas kurang lengkap, dan lingkungan kos tidak nyaman yang terlihat di media sosial. Selain itu, ada juga yang mengeluhkan WiFi yang sering lemot, air yang kurang lancar, dan area parkir yang sempit meskipun di promosi disebutkan fasilitasnya lengkap. Dari segi harga, beberapa mahasiswa merasa biaya kos yang ditawarkan terlalu mahal jika dibandingkan dengan fasilitas yang mereka dapatkan. Mereka mengaku awalnya tertarik karena promosi di media sosial terlihat meyakinkan, tetapi setelah melihat langsung, kondisi kos tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Hal tersebut membuat mereka merasa cukup kecewa karena informasi yang diberikan di media sosial dianggap terlalu berlebihan. Dari hasil wawancara tersebut terlihat bahwa media sosial memang sangat membantu mahasiswa dalam mencari indekos karena lebih praktis, cepat, dan mudah diakses. Namun, mahasiswa juga berharap pemilik indekos memberikan informasi yang jujur mengenai kondisi kamar, harga, dan fasilitas agar calon penghuni tidak

merasa kecewa setelah survei langsung ke lokasi indekos tersebut.

Berdasarkan hasil survei dan pengumpulan data indekos di kecamatan Muara Satu, diperoleh informasi bahwa indekoss memiliki variasi harga dan fasilitas yang beragam. Data tersebut diringkas dalam tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1 Variasi Harga dan Fasilitas yang Beragam**

| Kelas Kos | Estimasi<br>Harga / Tahun   | Fasilitas Utama                                                                                                                    | Karakteristik<br>Keunggulan                                 |
|-----------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Ekonomis  | Rp4.500.000-<br>Rp6.000.000 | Kamar standar (3X4 m), kamar mandi luar, dapur umum dan parkir motor                                                               | Harga sangat terjangkau, ramah kantong mahasiswa            |
| Premium   | Rp7.500.000 ke atas         | Kamar mandi dalam, kasur/perabot, Wifi cepat, CCTV 24 jam, dapur lengkap ( kulkas, dispenser, AC dan sebagian ada mesin cuci juga) | Mengutamakan privasi tinggi, kenyamanan dan keamanan ekstra |

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengevaluasi dampak *social media marketing*, harga, dan fasilitas pada pilihan mahasiswa dalam memilih indekos. Penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat di mana ketiga elemen tersebut, baik secara simultan maupun parsial, membentuk preferensi dan keputusan mahasiswa dalam mencari tempat tinggal yang cocok dengan kebutuhan serta anggaran mereka dan memberikan strategi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam memilih hunian kos.

Dari latar belakang penelitian diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul " **Pengaruh Social Media Marketing, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Malikussaleh Menyewa Indekos Di Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe"**

**1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *social media marketing* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui fasilitas terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di

kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Berdasarkan penelitian diatas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian Pengaruh *Social media marketing*, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menyewa indekos di kecamatan Muara Satu kota Lhokseumawe diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi informasi untuk memberikan informasi informasi kepada pihak pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal tersebut dan menambah sumber kepustakaan yang ada.

##### **1.4.2. Manfaat praktisi**

Diharapkan Penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa unimal yaitu untuk lebih memahami prioritas saat memilih indekos, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih bijak, hemat, dan sesuai kebutuhan, seperti memilih kos dengan fasilitas yang mendukung produktivitas akademik.