

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

TEORITIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pendapat

2.1.1.1 Pengertian Pendapat

Untuk mengetahui pengertian yang jelas dan tepat tentang pendapat, maka penulis mengumpulkan beberapa pengertian atau definisi menurut para ahli sebagai berikut :

Menurut Semarso (2009) Pendapat adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapat adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan.

Menurut Sochib (2018), pendapat merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapat yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan.

Menurut Harnanto (2019), menuliskan bahwa pendapat adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya.

Menurut Sukirno (2000), pendapat merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapat yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.

Tingkat pendapat merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapat suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga

mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula, (Mahyu, Danil, 2013).

2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pengusaha kos adalah sebagai berikut :

1. Lokasi

Lokasi sangat mempengaruhi pendapatan pengusaha kos. Pemilihan lokasi usaha kos-kosan harus mempertimbangkan keunggulan-keunggulan yang ada di daerah tersebut, sehingga nantinya dapat memikat para pendatang untuk menempati kos tersebut.

2. Harga

Harga juga sangat mempengaruhi pendapatan pengusaha kos. Harga yang diberikan kepada penghuni kos harus melalui beberapa pertimbangan seperti ketersediaan fasilitas kos, dll.

3. Jumlah Kamar

Jumlah kamar yang banyak dapat mempengaruhi pendapatan pengusaha kos. Semakin banyak jumlah kamar semakin besar pendapatan yang akan diterima pengusaha kos.

2.1.1.3 Jenis Pendapatan

Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Suparmoko dalam Artaman, 2015), yaitu:

1. Gaji dan Upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.

2. Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerjanya berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
3. Pendapatan dari usaha lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain yaitu pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain dan pendapatan dari pensiun.

2.1.1.4 Sumber Pendapatan

Michell Rinda dan Nursandy (2013), pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari :

1. Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
2. Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain.
3. Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Rosy Pradipta Angga Purnama (2014), pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa:

1. Pendapatan dari usaha, meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan
2. Pendapatan dari investasi
3. Pendapatan dari keuntungan sosial.

2.1.1.5 Indikator Pendapatan

Indikator indikator peningkatan pendapatan menurut Fitroh (2019) meliputi antara lain:

1. Penghasilan yang diterima perbulan

Penghasilan setiap bulan adalah jumlah uang yang dihasilkan dalam satu bulan. Jumlah penghasilan setiap bulan biasanya didasarkan pada jumlah pendapatan yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu, seperti tahun atau semester. Untuk menghitung penghasilan setiap bulan, pendapatan selama periode tertentu tersebut dibagi dengan jumlah bulan dalam periode tersebut.

2. Pekerjaan

Pekerjaan adalah cara utama bagi sebagian besar orang untuk menghasilkan pendapatan. Semakin banyak seseorang bekerja, semakin tinggi pula pendapatannya.

3. Beban keluarga yang ditanggung.

Pendapatan dan beban keluarga memiliki hubungan yang erat karena pendapatan keluarga adalah sumber utama untuk memenuhi kebutuhan dan

membayai beban keluarga. Jika pendapatan keluarga lebih tinggi, maka biasanya keluarga akan dapat.

4. Lama usaha

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil daripada penjualan.

2.1.2 Lokasi

2.1.2.1 Pengertian Lokasi

Menurut Kasmir (2006), Lokasi merupakan tempat untuk melayani konsumen. Definisi lokasi adalah tempat beroperasinya suatu usaha atau tempat untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Menurut Heizer (2015) lokasi merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi harga dan pendapatan, oleh karena itu lokasi sangat mempunyai kekuatan dalam merancang strategi suatu usaha. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dari suatu usaha. Semakin strategis suatu lokasi usaha maka pendapatan yang akan diterima akan cenderung lebih tinggi.

Menurut Munawaroh (2013) salah satu strategi yang harus diperhatikan oleh suatu usaha adalah penentuan lokasi, baik lokasi pabrik untuk perusahaan manufaktur ataupun lokasi usaha untuk perusahaan jasa/retail maupun lokasi perkantornya. Penentuan lokasi, dibutuhkan pada saat membangun usaha baru,

melakukan pengembangan usaha yang telah ada ataupun memindahkan lokasi usaha ke lokasi lainnya.

2.1.2.2 Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pemilihan Lokasi

Menurut Tjiptono (2014) Faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut :

- a. Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk dijangkau.
- b. Visibilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat.
- c. Lalu lintas, dalam hal ini ada dua hal yang perlu diperhatikan:
 - 1) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya dorongan untuk membeli.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
- d. Tempat parkir yang luas dan aman
- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa/produk yang ditawarkan.
- g. Persaingan, yaitu ada tidaknya pesaing sejenis di sekitar lokasi tersebut.
- h. Peraturan pemerintah

Kasmir (2014), secara luas pertimbangan dalam memilih tempat suatu lokasi usaha sebagai berikut:

- a. Jenis usaha yang dijalankan
- b. Apakah dekat dengan pasar atau konsumen
- c. Apakah dekat dengan bahan baku

- d. Apakah tersedia tenaga kerja
- e. Tersedia sarana prasarana
- f. Apakah dekat dengan pusat pemerintahan
- g. Apakah dekat dengan lembaga keuangan
- h. Apakah berada di kawasan industri
- i. Kemudahan untuk melakukan ekspansi/perluasan lahan
- j. Kondisi adat istiadat/budaya/sikap masyarakat setempat
- k. Hukum yang berlaku

2.1.2.3 Indikator Lokasi

Menurut Kuswatiningsih, yaitu sebagai berikut :

1. Akses. Misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas. Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic). Menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap pembelian, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usahausaha khusus.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi peluang.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi. Yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari.

6. Lingkungan. Yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.

2.1.3. Harga

2.1.3.1. Pengertian Harga

Menurut kamus Wikipedia harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), harga merupakan besaran uang yang diwajibkan terhadap suatu barang atau jasa, atau nilai yang harus dibayar konsumen untuk menerima manfaat suatu produk.

Menurut Untoro (2010), Pengertian harga adalah kinerja suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang.

Menurut Ramli (2013), Pengertian harga adalah nilai relatif suatu produk. Nilai ini bukan merupakan indikator yang jelas mengenai jumlah sumber daya yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu produk.

Menurut Arifin (2007), Pengertian harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk menerima suatu barang atau jasa.

2.1.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Carmelita, Dzulkirom, & Zahroh, 2017) faktor yang mempengaruhi harga meliputi:

1. Faktor internal

Harga dipengaruhi oleh faktor internal sebagai berikut :

a. Biaya

Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa. Sifat dari biaya adalah pengorbanan ekonomi.

b. Tujuan pemasaran,

Menurut Kotler and Amstrong, tujuan pemasaran merupakan proses manajerial orang dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang ditawarkan dan nilai produk mereka kepada orang lain.

c. Strategi dalam penjualan.

Strategi penjualan adalah perencanaan dengan penuh perhitungan agar penjualan produk dan jasa meningkat. Strategi penjualan digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk dan jasa yang Anda jual.

2. Faktor eksternal

Harga dipengaruhi oleh faktor eksternal sebagai berikut:

a. Tawaran pesaing

Pembeli memiliki daya tawar yang lebih besar ketika jumlahnya sedikit tetapi jumlah produk penggantinya tinggi. Akibatnya, mereka dapat menyebabkan harga menjadi lebih rendah dan laba perusahaan menyusut.

b. Biaya

Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa. Sifat dari biaya adalah pengorbanan ekonomi.

c. Permintaan pasar.

Menurut Sugiarto (2002), pengertian permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar.

2.1.3.3. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Wibowo & Karimah, 2012), harga merupakan jumlah nilai yang dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang memiliki suatu manfaat jika digunakan.

Menurut Wibowo dan Karimah (2012), indikator harga meliputi:

1. Referensi harga

Produsen harus pintar dalam menghitung harga yang akan dipasarkan untuk sebuah produk yang tentunya terjangkau untuk konsumen.

2. Kewajaran harga

Produsen telah memilih bahan-bahan yang berkualitas tinggi untuk produk sanitari agar harga yang dikeluarkan memiliki nilai yang sama dengan bahan yang digunakan.

3. Harga sesuai dengan manfaat

Harga yang dipasarkan tentunya memiliki keunggulan pada produk yang dibeli (memiliki *value for money*).

2.1.3.4. Fungsi Harga

Harga mempunyai kegunaan sebagai pengukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen. Sesuai dengan pengertian harga yang dijelaskan, berikut ini adalah beberapa fungsi harga secara umum (Prawiro, 2018)

1. Harga berfungsi sebagai acuan dalam menghitung jumlah penjualan produk dan jasa.
2. Untuk menunjang aktivitas perdagangan dimana harga yang terbentuk mempermudah proses jual beli.
3. Menetapkan harga yang tepat menguntungkan penjual atau produsen
4. Harga menjadi acuan bagi konsumen ketika mengevaluasi kualitas produk dan layanan.
5. Membantu konsumen dalam mengambil pertimbangan dalam memanfaatkan produk dan daya beli konsumen.

2.1.3.5. Jenis-Jenis Harga

Ada beberapa jenis harga di dalam aktivitas perekonomian. Adapun beberapa jenis harga tersebut adalah sebagai berikut (Prawiro, 2018) :

1. Harga Subjektif

Harga subjektif adalah harga yang ditetapkan berdasarkan taksiran atau opini seseorang. Penjual dan pembeli memiliki taksiran harga yang berbeda untuk suatu produk dan biasanya berbeda dengan harga pasar.

2. Harga Objektif (Harga Pasar)

Harga objektif adalah harga yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli.

Nilainya dijadikan patokan bagi para penjual dalam memasarkan produknya.

3. Harga Pokok

Harga pokok adalah nilai riil suatu produk, atau jumlah nilai yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut.

4. Harga Jual

Harga jual adalah harga pokok ditambah dengan besarnya keuntungan yang diharapkan oleh produsen atau penjual. Umumnya harga jual pada masing-masing penjual berbeda, namun tetap berpatokan pada harga pas.

2.1.3.6. Tujuan Penetapan Harga

Bagi produsen atau penjual, penetapan harga yang tepat pada produk akan berdampak pada besarnya keuntungan dan loyalitas konsumen. Mengacu pada pengertian harga di atas, adapun beberapa tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut (Setyaningsih, 2021) :

1. Untuk Mendapatkan Pangsa Pasar

Tujuan penetapan harga sangat berhubungan dengan target penjualan barang dan jasa. Sebagian bisnis menetapkan harga yang murah dan kualitas yang baik pada barang yang dijualnya dengan tujuan untuk mendapatkan pangsa pasar atau market share yang lebih besar. Umumnya pembeli lebih mementingkan produk dengan harga yang terjangkau dan tentunya kualitas yang terjamin. Namun produsen tentunya tetap memperhitungkan keuntungan dari penjualan tersebut.

2. Meningkatkan Keuntungan

Penetapan harga juga bertujuan untuk meningkatkan atau memaksimalkan keuntungan yang diperoleh. Semakin tinggi harga maka potensi keuntungan akan semakin besar. Namun tentu saja strategi penetapan harga harus memperhatikan daya beli konsumen, dan faktor-faktor lainnya.

3. Menjaga Loyalitas Konsumen

Penetapan harga dilakukan dengan berbagai pertimbangan, salah satunya adalah untuk menjaga loyalitas konsumen agar terus membeli dari produsen tertentu. Tidak cukup hanya mendapatkan pangsa pasar, pebisnis juga harus menjaga loyalitas para konsumennya. Dan salah satu caranya adalah dengan menetapkan harga yang bersaing, yaitu harga yang murah dan kualitas produk yang baik.

4. Menjaga Daya Saing

Suatu perusahaan umumnya selalu berusaha untuk menjaga persaingan dengan para market leader atau pemimpin di pasar tertentu. Salah satu cara untuk menjaga daya saing dengan kompetitor adalah dengan penetapan harga yang tepat, misalnya menawarkan harga sedikit lebih murah atau memberikan harga yang sama dengan layanan tambahan.

2.1.4. Jumlah Kamar

Jumlah kamar adalah total dari keseluruhan ruangan yang di sediakan pengusaha kos untuk ditempati penghuni.

2.1.4.1. Pengertian Kamar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamar tidur adalah bilik tempat tidur. Kamar tidur adalah tempat pribadi dimana anda akan menghabiskan

sebagian besar waktu anda. Tempat ini sangatlah pribadi dan berhubungan langsung dengan kenyamanan penghuninya.

Menurut Lamudi (2023) Kamar adalah tempat pribadi dimana anda akan menghabiskan sebagian besar waktu anda. Tempat ini sangatlah pribadi dan berhubungan langsung dengan kenyamanan penghuninya.

Menurut Surya Persinar (2018) Kamar tidur adalah tempat beristirahat dan merelaksasi badan. Oleh sebab itu, menciptakan atmosfer yang nyaman dan hangat sangat krusial, terlepas dari jenis maupun fungsi dari kamar tidur.

Menurut Lisa Worth (2010), kamar adalah sebuah ruangan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan penghuni dalam hal privasi, kenyamanan, dan fungsi.

Menurut Arsitag (2015) Kamar tidur adalah ruang dalam rumah yang tergolong dalam area privat. Mengingat fungsi utamanya sebagai tempat untuk beristirahat, kamar tidur perlu didesain senyaman mungkin bagi penghuninya. Berbeda dengan ruang-ruang yang lain, kamar tidur bersifat sangat pribadi. Itu sebabnya, desain kamar tidur biasanya akan menyesuaikan dengan selera dan karakter penghuninya

2.1.4.2. Jenis-jenis Kamar

Menurut Mamikos (2021), Saat berbisnis kos, Anda perlu mengetahui kamar kos yang akan Anda sewakan nantinya masuk dalam kategori apa, sehingga Anda dapat menentukan target pasar yang tepat, sehingga kos nantinya menjadi lebih cepat penuhnya. Berikut jenis-jenis kamar kos :

1. Kamar ekonomis

Kamar kos dengan jenis ini biasanya memiliki fasilitas yang sederhana namun cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar penyewa sehari-hari. Fasilitas tersebut di antaranya: kasur, kamar mandi dalam ataupun juga kamar mandi luar, kipas angin, tempat parkir yang luas, hingga akses 24 jam. Harga kost tipe ini berkisar antara Rp250.000,- per bulan hingga Rp700.000,- per bulan tergantung daerah masing-masing.

2. Kamar standar

Kamar Kos jenis ini biasanya memiliki fasilitas, diantaranya: kasur, meja belajar, AC atau kipas angin, WiFi, kamar mandi dalam atau kamar mandi luar, tempat parkir kendaraan dan akses 24 jam. Harga kos tipe ini berkisar antara Rp1.000.000,- per bulan hingga Rp2.000.000,- per bulan tergantung daerah masing-masing.

3. Kamar Istimewa

Jenis kamar kos yang terakhir adalah jenis istimewa. Jenis kamar kos yang satu ini biasanya memiliki fasilitas unggulan setara hotel namun dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan hotel. Fasilitas tersebut di antaranya: kasur, meja belajar, AC atau kipas angin, WiFi, kamar mandi dalam, air hangat, pantry kecil atau ruang tamu kecil di dalam kamar, tempat parkir kendaraan dan akses 24 jam. Harga kos tipe ini berkisar antara Rp2.000.000,- per bulan hingga Rp5.000.000,- per bulan, bahkan mungkin lebih tergantung daerah masing-masing.

2.1.4.3. Indikator Kamar

Indikator kamar dapat diartikan sebagai variabel atau tanda-tanda yang dapat digunakan untuk mengukur kondisi atau kualitas suatu kamar. Pada umumnya terdapat beberapa faktor yang dianggap penting untuk menjadi indikator kamar yang baik, antara lain:

1. Kebersihan dan sanitasi kamar (Yulianto, 2017)

Indikator kamar yang paling penting adalah kebersihan dan sanitasi. Kamar yang bersih dan sehat akan membuat tamu merasa nyaman dan aman selama tinggal di sana. Indikator kebersihan dan sanitasi dapat diukur dengan melihat kondisi kamar, seperti kebersihan lantai, dinding, dan perlengkapan kamar mandi.

2. Kenyamanan kamar (Dewi, 2019)

Indikator kamar yang selanjutnya adalah kenyamanan. Kamar yang nyaman akan membuat tamu merasa rileks dan dapat tidur dengan nyenyak. Indikator kenyamanan dapat diukur dengan melihat fasilitas yang tersedia di dalam kamar, seperti kasur yang empuk, bantal dan selimut yang nyaman, serta sistem pendingin ruangan yang baik.

3. Keamanan Kamar (Kusumawardhani, 2018)

Indikator kamar selanjutnya adalah keamanan. Kamar yang aman akan membuat tamu merasa tenang dan tidak khawatir tentang keamanan barang-barang mereka. Indikator keamanan dapat diukur dengan melihat sistem keamanan yang tersedia di dalam kamar, seperti kunci pintu yang aman dan CCTV.

4. Fasilitas kamar (Yulianto, 2017)

Indikator kamar selanjutnya adalah fasilitas. Kamar yang dilengkapi dengan fasilitas yang baik akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi tamu. Indikator fasilitas dapat diukur dengan melihat apa saja fasilitas yang tersedia di dalam kamar, seperti televisi, air panas, dan koneksi internet.

2.2. Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan penelitian ini ada beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya yang permasalahannya hampir sama sama dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut table penelitian terdahulu:

Tabel 2.1
Nama, Judul, Alat/Metode Penelitian, Hasil Penelitian

No	Nama	Judul	Alat/Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lidiawati Sukadi, (2018)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Kos (Studi Pada Pengusaha Kos Di Kelurahan Heledulaa Utara Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo)	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial modal usaha, lokasi usaha, kondisi tempat usaha tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos, sedangkan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos. Secara simultan modal usaha, lokasi usaha, kondisi tempat usaha, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos.
2	Riston	Analisis Faktor-	analisis	Harga sewa kos,

	Tanggela, 2022	faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pemilik Kos di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kota Kupang	regresi linear berganda	Jumlah Kamar, dan jumlah penghuni berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan pemilik kos di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. Harga sewa kos secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pemilik kos. Jumlah kamar secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel pendapatan pemilik kos. Jumlah Penghuni secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan pemilik kos
3	Muhamad , Husen (2022)	Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan usaha rumah kos terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kos di kecamatan sukarama.	analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara positif signifikan variabel produk mempengaruhi variabel keputusan mahasiswa memilih tempat kos, Variabel harga tidak terdapat pengaruh terhadap variabel keputusan mahasiswa memilih tempat kos, Variabel lokasi secara positif signifikan mempengaruhi variabel keputusan mahasiswa memilih tempat kos dan Variabel promosi secara positif secara

				signifikan mempengaruhi variabel keputusan mahasiswa memilih tempat kos
4	Ramadina, Atika Sanjani (2021)	Permodelan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pemilik Kost di Kelurahan Keputih Terhadap Pandemi Covid-19 Menggunakan Regresi Logistik Biner	Regresi Logistik Biner	Hasil dari penelitian ini adalah sebanyak 75% atau 40 rumah kost di RW 03 Kelurahan Keputih mengalami penurunan pendapatan $\geq 50\%$ dan hanya 25% lainnya atau 13 rumah kost saja yang mengalami penurunan $< 50\%$. Faktor pemotongan harga kamar kost dan usaha lain selain rumah kost merupakan faktor yang signifikan terhadap pendapatan pemilik kost. Ketepatan klasifikasi pemodelan dalam regresi logistik biner terhadap pendapatan pemilik kost selama pandemi sebesar 88,7%.
5	Abida Anggun Pratiwi, (2022)	Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha dan Jumlah Kamar terhadap Pendapatan Pengusaha Kos-kosan	Analisis regresi linear berganda	secara parsial variabel jumlah kamar dan lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan sedangkan variabel jumlah modal kerja secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan. Variabel modalkerja (X1), Lama Usaha (X2), dan Jumlah Kamar (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

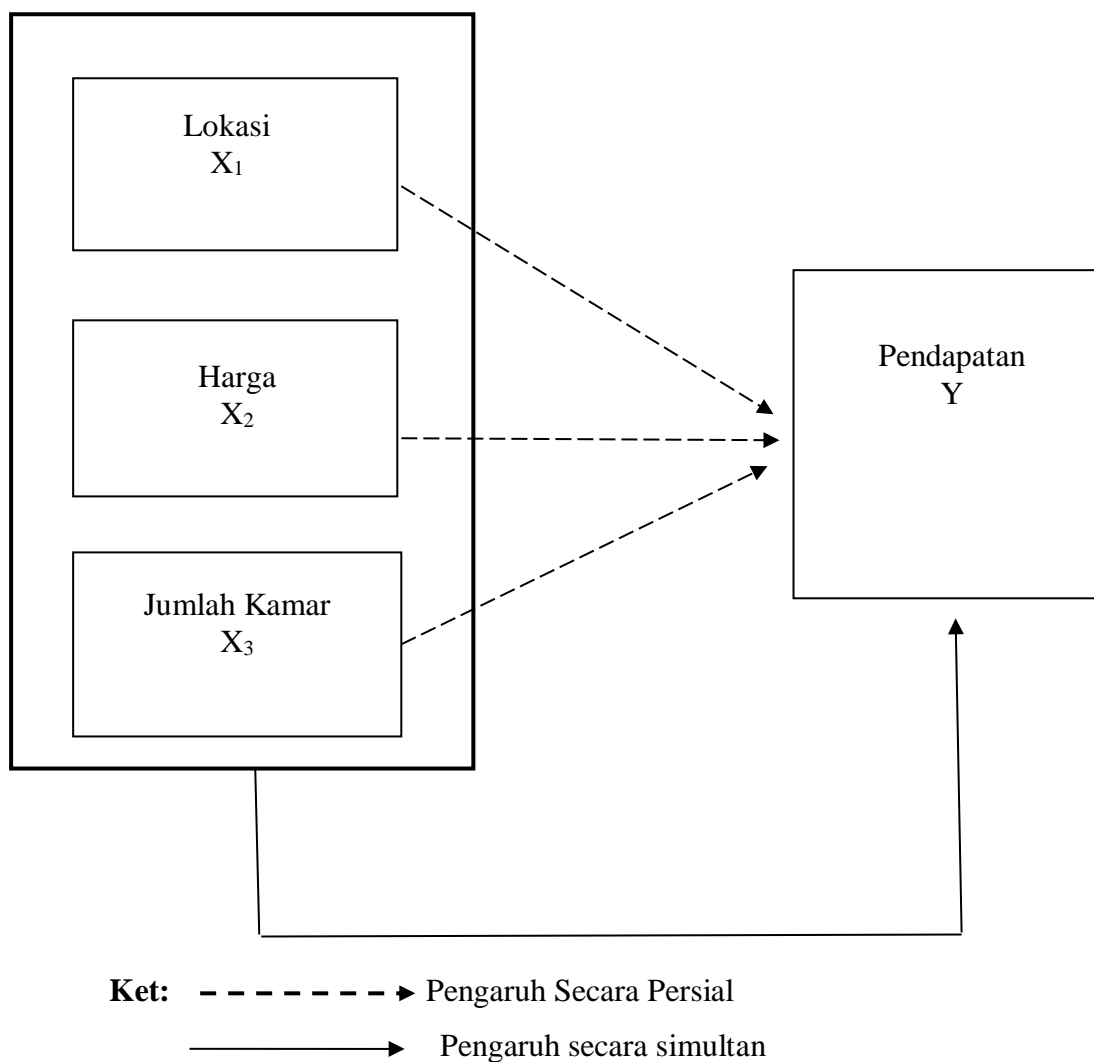
				pendapatan(Y).
6	Damianus Tola Saveriana Juli	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Flores Dalam Memilih Lokasi Tempat Tinggal Kos		Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Flores dalam memilih tempat tinggal kos Harga berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Flores dalam memilih lokasi tempat tinggal kos. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Flores dalam memilih lokasi tempat tinggal Kos. Pengaruh keputusan terhadap minat mahasiswa Universitas Flores dalam memilih lokasi tempat tinggal kos dapat dilihat bahwa nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel $(1,797) > (1,673)$ dan nilai signifikansinya $(0,008) < (0,05)$
7	A. Maruwae, 2023	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Kos	Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos, lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos dan kondisi tempat usaha

				<p>berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos kos. Secara simultan modal usaha, lokasi usaha dan kondisi tempat usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos. Nilai koefisien determinasi (R²) adalah sebesar 0,447 atau 44,7%</p>
--	--	--	--	---

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Pendapatan pengusaha kos dipengaruhi oleh lokasi, harga dan jumlah kamar yang diberikan. Lokasi, harga dan jumlah kamar menjadi pertimbangan konsumen untuk tinggal di kos. Bagi konsumen yang datang dari luar daerah, kehadiran mereka untuk menempati kos akan mendatangkan pendapatan bagi pengusaha kos. Secara sistematis uraian di atas dapat digambarkan dalam kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran Teoritis



2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis membuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos di kelurahan Tuak Daun Merah.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos di kelurahan Tuak Daun Merah.
3. Jumlah kamar berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos di kelurahan Tuak Daun Merah.
4. Lokasi, harga dan jumlah kamar berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha kos di kelurahan Tuak Daun Merah.