

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian - pengertian

Sub bab ini akan menjelaskan pengertian-pengertian yang terkandung dari judul penelitian sehingga dapat mempermudah pemahaman dan pembahasan.

2.1.1 Pengertian preferensi

Preferensi berasal dari Bahasa Inggris, prefer yang berarti suka atau lebihkan. Sedangkan preferensi bisa diartikan pilihan. Menurut Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997), preferensi diartikan sebagai hak untuk didahulukan dan diutamakan daripada yang lain, prioritas. Atau diartikan sebagai pilihan; kecenderungan; kesukaan.

Teori preferensi konsumen (dalam hal ini mahasiswa dianggap sebagai konsumen) menjelaskan bahwa, seorang konsumen diasumsikan mampu semua jenis komoditi yang ia hadapi, komoditi mana yang ia pilih, komoditi mana yang lebih baik dipilih, komoditi mana yang sama saja bila dipilih dengan komoditi lainnya. Atau dengan kata lain dalam teori preferensi konsumen diasumsikan setiap konsumen mampu membuat daftar urutan atau rank preferensi atas semua komoditi yang dihadapinya. Perlu diperhatikan preferensi seorang konsumen akan berbeda dengan preferensi konsumen lainnya. Atau dengan kata lain, preferensi konsumen bersifat subyektif. Perbedaan ini disebabkan banyak faktor, seperti misalnya faktor lingkungan sosial, lingkungan geografi, suku bangsa, jenis kelamin, status, umur, dan faktor lainnya seperti pekerjaan, kondisi keuangan/ekonomi, dan tingkat kebutuhan. Selera konsumen juga ditunjukkan oleh preferensi konsumen. Karena preferensi konsumen bersifat subyektif, maka hal ini menyebabkan selera konsumen juga bersifat subyektif (Wiratmo, 1992:22-24;55).

Preferensi konsumen adalah konsep abstrak yang menggambarkan peta peningkatan kepuasan yang diperoleh dari kombinasi barang dan jasa sebagai cerminan dari selera pribadinya. Dengan kata lain preferensi konsumen merupakan gambaran tentang kombinasi barang atau jasa yang lebih disukai konsumen apabila ia memiliki kesempatan untuk memperolehnya. Hal ini berarti bahwa preferensi merupakan syarat keharusan agar suatu jenis atau kombinasi barang dan jasa dikonsumsi oleh suatu rumah tangga (Simatupang dan Ariyani, 1997:20-29).

2.1.2 Pengertian Permukiman, Fasilitas Penunjang Permukiman, dan Pemondokan (Kos).

Berdasarkan Undang-Undang No 4 Tahun 1992 Tentang Perumahan Dan Permukiman, Bab 1 pasal 1 ayat 3 dan 6 :

1. Permukiman adalah bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun perdesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan (ayat 3);
2. Sarana lingkungan adalah fasilitas penunjang, yang berfungsi untuk penyelenggaraan dan pengembangan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya (ayat 6);

Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Kota Malang No 23 Tahun 1989 Tentang Usaha Pemondokan, Bab 1 pasal 1 ayat b, c, dan d :

1. Usaha Pemondokan, adalah suatu usaha yang dilakukan oleh Perorangan atau Badan Hukum yang menggunakan sebagian atau seluruh rumah tinggal atau bangunan yang sengaja dibangun untuk maksud tersebut untuk menampung lebih dari 4 (empat) orang pemondok dengan pembayaran atau tahunan (ayat b);
2. Rumah Pemondokan, adalah rumah tinggal atau bangunan khusus yang dipergunakan oleh pemilik atau kuasanya untuk usaha pemondokan (ayat c);
3. Pemondok, adalah orang yang menempati kamar atau rumah pemondokan untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran bulanan, atau tahunan serta namanya tercantum dalam daftar penghuni rumah pondokan (ayat d);

Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Kota Malang No 6 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Usaha Pemondokan, Bab 1 pasal 1 ayat 5, 6, 7, 8, dan 9 :

1. Pemondokan adalah rumah atau kamar yang disediakan untuk tempat tinggal dalam jangka waktu tertentu bagi orang pribadi atau badan. (ayat 5)
2. Penyelenggaraan Pemondokan adalah kegiatan menyediakan rumah atau kamar atau ruangan yang digunakan untuk pemondokan. (ayat 6)
3. Penyelenggara Pemondokan adalah seseorang atau badan yang menyelenggarakan pemondokan (ayat 7)
4. Penanggungjawab Pemondokan adalah pemilik atau orang yang ditunjuk oleh pemilik rumah atau kamar untuk bertanggungjawab atas penyelenggaraan pemondokan. (ayat 8)
5. Pemondok adalah seseorang atau beberapa orang orang yang menempati pemondokan. (ayat 9)

2.2 Variabel Penentu dalam Tata Guna Lahan

Ada beberapa variabel penentu dalam pola tata guna lahan yang berkembang, yang dikaitkan dengan faktor ekonomi, sosial kemasyarakatan (berkaitan dengan lingkungan di sekitar Perguruan Tinggi). Variabel yang dimaksud adalah :

1. Letak atau lokasi yang strategis tempat berdirinya suatu kampus, yang mempunyai kelengkapan fasilitas dan tingkat kemudahan pencapaian akses dan kelengkapan infrastruktur, juga penyediaan sarana utilitas, menyebabkan nilai lahan akan menjadi tinggi serta kelayakan bagi pengembangan suatu kampus.
2. Tingkat kemudahan pencapaian (aksesibilitas) terjangkau suatu kawasan atau dalam arti pencapaian segala suatu dirasa baik, akan dapat membentuk suatu pola tata guna lahan yang sejajar dengan aksesibilitas yang ada
3. Kelengkapan fasilitas, akan sangat menunjang pengembangan kawasan kampus yang belum ideal untuk dapat menjadi suatu kawasan yang ideal dengan kelengkapan fasilitas, baik internal maupun eksternal kampus.

(Laporan Tugas Besar Perencanaan Kota, Malang Kota Pendidikan [Case Study : Universitas Negeri Malang], 2004: II-8).

Perumahan kampung merupakan kawasan permukiman yang cenderung tidak teratur, dengan pola perkembangan mengikuti pola jaringan jalan, dan merupakan perkembangan dari perumahan sebelumnya yang biasanya ditandai dengan tingkat kepadatan yang sangat tinggi dan lokasi rumah yang kurang teratur.

Perumahan umum tertata merupakan kawasan permukiman dengan perkembangan bentuk dan luas bangunan yang bervariasi namun tetap teratur perpetakannya, sehingga kualitas lingkungan tetap terjaga.

(Laporan Rencana RDTRK Kecamatan Lowokwaru 2005 – 2010: IV 16 – IV 17)

Pada penelitian ini, dapat diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan lahan di lingkungan sekitar perguruan tinggi.

2.3 Fasilitas Penunjang Permukiman

Kajian teori mengenai fasilitas penunjang permukiman berisi tentang Undang – Undang perumahan dan permukiman, serta sarana (fasilitas) penunjang permukiman. Selain itu juga diikutsertakan Lampiran No. 22 Keputusan Menteri Pekerjaan Umum No. 378/KPTS/1987 tentang Petunjuk Perencanaan Kawasan Perumahan Kota.

2.3.1 Undang-Undang No 4 Tahun 1992 Tentang Perumahan Dan Permukiman

Berdasarkan Penjelasan Undang-Undang No 4 Tahun 1992 Tentang Perumahan Dan Permukiman, Bab 1 pasal 1 ayat 3 dan 6:

1. Permukiman yang dimaksud dalam undang-undang yaitu mempunyai lingkup tertentu kawasan yang didominasi oleh lingkungan hunian dengan fungsi utama sebagai tempat tinggal yang dilengkapi dengan prasarana, sarana lingkungan, dan tempat kerja yang memberikan pelayanan dan kesempatan kerja terbatas untuk mendukung perikehidupan dan penghidupan sehingga fungsi permukiman tersebut dapat berdaya guna dan berhasil guna. (ayat 3)
2. Fasilitas penunjang dimaksud dapat meliputi aspek ekonomi yang antara lain, berupa bangunan perniagaan atau perbelanjaan yang tidak mencemari lingkungan, sedangkan fasilitas penunjang yang meliputi aspek sosial budaya, antara lain berupa bangunan pelayanan umum dan pemerintahan, pendidikan dan kesehatan, peribadatan, rekreasi dan olah raga, pemakaman, dan pertamanan (ayat 6)

2.3.2 Sarana (Fasilitas) Penunjang Permukiman

Berdasarkan Lampiran No. 22 Keputusan Menteri Pekerjaan Umum No. 378/KPTS/1987 tentang Petunjuk Perencanaan Kawasan Perumahan Kota dikemukakan standar sarana (fasilitas) penunjang permukiman adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Standar Sarana (Fasilitas) Penunjang Permukiman

No	Kelompok Sarana	Jenis Sarana	Keterangan
1.	Sarana Perniagaan	Warung	a. Fungsi utama adalah menjual barang-barang keperluan sehari-hari b. Lokasi terletak di tempat pusat lingkungan yang mudah dicapai dan mempunyai radius maksimum 500 m. c. Lokasi di tengah-tengah kelompok keluarga, bila ada TK dapat dikelompokkan. d. Minimum penduduk yang mendukung sarana ini adalah 250 penduduk. e. Luas Lantai yang dibutuhkan $\pm 50 \text{ m}^2$ termasuk gudang kecil. f. Luas tanah yang dibutuhkan bila berdiri sendiri (tidak bersatu dengan rumah tinggal) adalah $\pm 100 \text{ m}^2$.
		Pertokoan	a. Fungsi utama adalah menjual barang-barang keperluan sehari-hari berupa toko-toko PD. b. Lokasinya terletak di pusat kota dan tidak menyeberang jalan lingkungan, dekat dengan taman kanak-kanak dan taman tempat bermain. c. Lokasi di pusat RW dan radius pelayanan satu RW atau jarak pencapaian $\pm 1000 \text{ m}$. d. Minimum penduduk yang mendukung sarana ini adalah 2.500 penduduk. e. Luas tanah yang dibutuhkan adalah 1.200 m^2 dengan <i>building coverage</i> 40%. f. Sarana pelengkap yang seharusnya ada : 1. Tempat parkir kendaraan umum yang dapat dipakai bersama kegiatan lain pada pusat lingkungan 2. Sarana-sarana lain yang erat kaitannya dengan aktivitas ibu, balai pengobatan, balai pertemuan RW. 3. Pos Hansip

No	Kelompok Sarana	Jenis Sarana	Keterangan
		Pusat Perbelanjaan Lingkungan (Toko-toko + Pasar)	a. Fungsi utama adalah pusat perbelanjaan di lingkungan yang menjual keperluan sehari-hari, terdiri dari toko lengkap dengan bengkel-bengkel reparasi kecil. b. Lokasinya pada jalan utama lingkungan dan mengelompok dengan pusat lingkungan. c. Minimum penduduk yang mendukung sarana ini adalah 30.000 penduduk. d. Luas tanah yang dibutuhkan adalah 13.500 m² e. Sarana pelengkap yang seharusnya ada : 1. tempat parkir umum, sudah termasuk kebutuhan luas tanah. 2. pos polisi 3. pos pemadam kebakaran 4. kantor pos pembantu 5. tempat ibadah
2.	Sarana Peribadatan (Tempat Ibadah)	Standar Umum Tempat Ibadah	a. Sarana-sarana peribadatan jenis, macam dan besaran sangat tergantung pada kondisi setempat. Untuk mendapatkan hasil perencanaan yang sesuai, perlu dilakukan survei setempat tentang : 1. Struktur penduduk menurut umur dan jenis kelamin 2. Jenis agama / kepercayaan yang dianut 3. Cara atau pola melaksanakan agama / kepercayaan b. Sebagai standar umum dapat digunakan perhitungan sebagai berikut : 1. Luas tanah bruto per jamaah adalah 1,2 m² 2. Luas tanah bruto per jamaah bergantung pada bangunan setempat
		Langgar	a. Minimum penduduk yang mendukung sarana ini adalah 2.500 penduduk (skala pelayanan 1 RW) b. Luas tanah yang dibutuhkan adalah 300 m²
		Mesjid Lingkungan	a. Minimum penduduk yang mendukung sarana ini adalah 30.000 penduduk. (skala pelayanan 1 Lingkungan) b. Luas tanah yang dibutuhkan adalah 1.750 m²

Sumber: Studi Literatur Tahun 2007

Berdasarkan ketentuan yang dijelaskan diatas, maka standar jarak pencapaian maksimum sarana penunjang permukiman berkisar antara 0 - > 500 m, bergantung dari fungsi fasilitas. Misalnya untuk fasilitas warung, pertokoan, dan wartel yang melayani skala perumahan (permukiman) jarak pencapaian maksimum adalah 0 – 500 m, sedangkan untuk pertokoan yang melayani skala perkotaan (misalnya toko buku dan pusat perbelanjaan) jarak pencapaian maksimum 0 – > 1000 m.

2.4 Kebutuhan Manusia (Mahasiswa sebagai Manusia) yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa dalam Memenuhi Kebutuhan Dengan Memanfaatkan Fasilitas Penunjang Permukiman.

Kajian teori ini membahas berbagai macam kebutuhan manusia, dimana kebutuhan tersebut menjadi bagian dari aktifitas mahasiswa sebagai seorang manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup

2.4.1 Kebutuhan dalam 5 Tingkatan yang Disusun oleh Abraham Maslow

Menurut Abraham Maslow (1993) manusia mempunyai lima kebutuhan yang membentuk tingkatan-tingkatan atau disebut juga hirarki dari yang paling penting

hingga yang tidak penting dan dari yang mudah hingga yang sulit untuk dicapai atau didapat. Motivasi manusia sangat dipengaruhi oleh kebutuhan mendasar yang perlu dipenuhi.

Kebutuhan yang maksud yaitu harus memenuhi kebutuhan yang paling penting dahulu kemudian meningkat ke yang tidak terlalu penting. Untuk dapat merasakan nikmat suatu tingkat kebutuhan perlu dipenuhi dahulu kebutuhan yang berada pada tingkat di bawahnya.

Lima (5) kebutuhan dasar Maslow - disusun berdasarkan kebutuhan yang paling penting hingga yang tidak terlalu krusial :

1. Kebutuhan Fisiologis

Contohnya adalah : kebutuhan pokok (seperti sandang / pakaian, pangan / makanan, papan / rumah) dan (kebutuhan biologis seperti buang air besar, buang air kecil, bernafas, dan lain sebagainya).

2. Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan

Contoh seperti : Bebas dari penjahatan, bebas dari ancaman, bebas dari rasa sakit, bebas dari teror, dan lain sebagainya.

3. Kebutuhan Sosial

Misalnya adalah : memiliki teman, memiliki keluarga, kebutuhan cinta dari lawan jenis, dan lain-lain.

4. Kebutuhan Penghargaan

Contoh : pujian, piagam, tanda jasa, hadiah, dan banyak lagi lainnya.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Adalah kebutuhan dan keinginan untuk bertindak sesuai hati sesuai dengan bakat dan minatnya (Abraham H. Maslow, 1993:43-56).

2.4.2 Kebutuhan Manusia (Mahasiswa sebagai Manusia) Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Sifat

Dalam menjalani kehidupan, manusia membutuhkan berbagai jenis dan macam barang-barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia sejak lahir hingga meninggal dunia tidak terlepas dari kebutuhan akan segala sesuatunya. Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan diperlukan pengorbanan untuk mendapatkannya.

Penjelasan berikut ini akan diberikan jenis, macam aneka ragam definisi atau pengertian dari tiap-tiap kebutuhan manusia selama hidupnya di dunia :

A. Kebutuhan Manusia Berdasarkan Tingkat Kepentingan / Prioritas

1. Kebutuhan Primer

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang benar-benar amat sangat dibutuhkan orang dan sifatnya wajib untuk dipenuhi. Contohnya adalah seperti sembilan bahan makanan pokok / sembako, rumah tempat tinggal, pakaian, dan lain sebagainya.

2. Kebutuhan Sekunder

Kebutuhan sekunder adalah merupakan jenis kebutuhan yang diperlukan setelah semua kebutuhan pokok primer telah semuanya terpenuhi dengan baik. Kebutuhan sekunder sifatnya menunjang kebutuhan primer. Misalnya seperti makanan yang bergizi, pendidikan yang baik, pakaian yang baik, perumahan yang baik, dan sebagainya yang belum masuk dalam kategori mewah.

3. Kebutuhan Tersier / Mewah / Lux

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan manusia yang sifatnya mewah, tidak sederhana dan berlebihan yang timbul setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Contohnya adalah mobil, antenna parabola, pda phone, komputer laptop notebook, tv 50 inchi, jalan-jalan ke hawaii, apartemen, dan lain sebagainya.

B. Kebutuhan Manusia Berdasarkan Sifat

1. Kebutuhan Jasmani / Kebutuhan Fisik

Kebutuhan jasmani adalah kebutuhan yang berhubungan dengan badan lahiriah atau tubuh seseorang. Contohnya seperti makanan, minuman, pakaian, sandal, pisau cukur, tidur, buang air kecil dan besar, dan lain sebagainya.

2. Kebutuhan Rohani / Kebutuhan Mental

Kebutuhan rohani adalah kebutuhan yang dibutuhkan seseorang untuk mendapatkan sesuatu bagi jiwanya secara kejiwaan. Contohnya seperti mendengarkan musik, siraman rohani, beribadah kepada Tuhan YME, bersosialisasi, pendidikan, rekreasi, hiburan, dan lain-lain.

(http://organisasi.org/kebutuhan_hidup_ekonomi_manusia_kebutuhan_primer_sekunder_tersier_jasmani_rohani_sekarang_masa_depan_pribadi_dan_sosial;verified:13/11/2007)

Kebutuhan manusia adalah pernyataan dari rasa kehilangan. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks semua ini termasuk kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, kehangatan, dan keamanan; kebutuhan sosial akan rasa dan kasih sayang ; dan kebutuhan individual akan pengetahuan dan mengekspresikan

diri. Semua kebutuhan ini tidak diciptakan oleh pemasar; semuanya merupakan bagian mendasar manusia (Philip Kotler dan Gary Armstrong. 1997 : 7-8).

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Konsep produk mencakup objek fisik (barang), produk tanwujud (jasa), dan berbagai sarana lain (orang, tempat, organisasi, dan gagasan) yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Philip Kotler dan Gary Armstrong. 1997 : 9).

Jasa secara khusus adalah segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun (Philip Kotler dan Gary Armstrong. 1997 : 274).

Berdasarkan teori tentang kebutuhan yang dijelaskan diatas, maka aktifitas mahasiswa berdasarkan teori “Abraham H. Maslow” yaitu pemenuhan kebutuhan akan aspek kebutuhan fisiologis, sedangkan aktifitas pemenuhan kebutuhan mahasiswa yang akan dibahas berdasarkan teori “Kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingan dan kebutuhan manusia berdasarkan sifat” kebutuhan primer dan sekunder, serta kebutuhan jasmani dan rohani. Aktifitas pemenuhan kebutuhan yang dibahas yaitu aktifitas dalam bentuk kegiatan seperti makan, minum, kuliah, beribadah, berkomunikasi dengan orang lain, kegiatan bertransaksi keuangan, dan mencari hiburan.

Sedangkan fasilitas penunjang (yang menyediakan produk dan jasa) yang akan dibahas adalah fasilitas yang mampu untuk memenuhi kebutuhan berbagai kebutuhan mahasiswa. Fasilitas yang dibahas dibatasi menjadi fasilitas dalam bentuk : warung makan, jasa isi ulang air minum, toko kelontong, fotokopi, rental komputer, tempat ibadah, pertokoan, persewaan VCD, wartel, warnet, *loun dry*, pertokoan, toko buku, tempat pengisian pulsa elektronik, pusat perbelanjaan, dan ATM.

2.5 Konsep Perilaku Spasial

Perilaku spasial merupakan kegiatan penggunaan ruang di sekitarnya untuk mengatur interaksi sosial (Sears *et al.* ,1988:222). Hubungan antara aktivitas manusia dengan pola ruang kegiatan dalam wilayah disebut sebagai perilaku keruangan. Identifikasi tentang pola ruang kegiatan dalam wilayah ini dapat dikaji dari perilaku manusia, yang terbagi 2 aspek, yaitu home range dan core area.

Home range (ruang kegiatan manusia), yaitu batas-batas umum pergerakan penduduk perkotaan, yang terdiri dari beberapa lokasi, serta jaringan penghubung antar

lokasi. Dimana diklasifikasikan berdasarkan radius home range, yaitu home range harian, mingguan, dan bulanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Prita Indirawati, 2000:21 dalam Wahyu Lutfi, 2005:18-19), kegiatan harian mahasiswa adalah kuliah (kuliah di kelas, asistensi dan kuliah tamu) dan beli makanan; kegiatan mingguan berupa mencari hiburan (nonton bioskop, belanja, olah raga, rekreasi, kursus), dan pemanfaatan fasilitas perdagangan dan jasa (wartel, persewaan komputer, VCD, playstation dan sebagainya) ; kegiatan bulanan mahasiswa adalah tugas kuliah, pulang kampung dan rekreasi; kegiatan tahunan mahasiswa adalah pindah kos dan pulang kampung (Prita Indirawati, 2000:21)

Berdasarkan teori home range manusia di atas maka pengelompokan home range mahasiswa di wilayah studi berdasarkan jenis fasilitas yang ada dilapangan terdiri dari :

- Aktivitas harian : membeli makan/minum, belanja kebutuhan sehari-hari dengan pemanfaatan fasilitas perdagangan dan jasa (warung makan/restoran, toko kelontong, minimarket)
- Aktivitas mingguan : aktivitas mencari hiburan (nonton film, nongkrong, belanja), dengan pemanfaatan fasilitas perdagangan dan jasa (wartel, toko baju, persewaan VCD, playstation, komik dan sebagainya) ; aktivitas pendukung studi (fotokopi, Mengetik di rental komputer) dengan pemanfaatan fasilitas perdagangan dan jasa (rental komputer, tempat fotokopi) ; dan aktivitas tambahan (membeli pulsa, menelepon) dengan pemanfaatan fasilitas perdagangan dan jasa (counter pulsa, wartel)
- Aktivitas bulanan : ke ATM, ke salon/pangkas rambut, reparasi komputer, mencuci baju, mencuci kendaraan, service kendaraan, belanja kebutuhan sekunder (baju, aksesoris, belanja bulanan) dengan pemanfaatan fasilitas perdagangan dan jasa (laundry, toko baju, bengkel, toko komputer)

Konsep perilaku keruangan ini digunakan dalam menganalisis bermacam-macam aktivitas mahasiswa yang dihubungkan dengan pemanfaatan fasilitas dan pola pergerakan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas perdagangan dan jasa yang ada di wilayah studi

2.6 Perilaku Mahasiswa

Perilaku adalah sesuatu kegiatan yang dapat diamati baik secara langsung atau dengan bantuan instrumen; perilaku dapat berbentuk kegiatan yang sangat halus sampai pada kegiatan yang dapat diamati dengan mudah (Heimstra & McFarling, 1974:7).

Perilaku yang dapat diamati secara nyata dari mahasiswa menurut Skinner (1976) adalah perilaku operan (operant behaviour) yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar. Perilaku operan disebut sebagai perilaku yang secara psikologis merupakan perilaku yang dapat dibentuk, dipelajari, dan dikendalikan, karena itu dapat berubah melalui proses belajar (Bimo Walgito, 1990:15).

Dari perilaku operan dapat diketahui secara nyata pembentukan perilaku yang terbagi atas 3 cara (Bimo Walgito, 1990:18), yaitu :

- Cara pembentukan perilaku dengan kebiasaan, dimana kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan.
- Pembentukan perilaku dengan pengertian (insight), cara ini berdasarkan atas teori belajar kognitif, yaitu belajar dengan disertai adanya pengertian.
- Pembentukan perilaku dengan menggunakan model atau contoh, cara ini didasarkan atas teori belajar sosial atau observational learning theory.

Kebiasaan merupakan hasil pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama/sebagai reaksi khas yang diulangi seseorang berkali-kali. Perilaku mahasiswa yang sudah menjadi kebiasaan adalah kedisiplinan, melakukan ibadah, belanja, makan, mandi, dan tidur. Perilaku mahasiswa yang perlu adanya pengertian adalah berangkat dan pulang kuliah, mengerjakan tugas, belajar, kursus, dan cara membayar pemondokan (kos). Sedangkan perilaku mahasiswa yang perlu disertai contoh terlebih dahulu adalah berorganisasi, pindah pemondokan (kos), menggunakan jasa pelayanan fasilitas umum, dan rekreasi (Prita Indirawati, 2000:10).

2.7 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Preferensi dan Perilaku Konsumen (Mahasiswa Sebagai Konsumen)

Engel, Blackwell, dan Minaard (1994:3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini, jadi perilaku konsumen adalah segala tindakan konsumen dalam mencari dan mengkonsumsi barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkannya. Selain itu, perilaku konsumen merupakan tindakan yang diambil melalui suatu pertimbangan, setelah mendapat informasi.

Perilaku konsumen sangat kompleks, karena dipengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor dari dalam maupun dari luar diri konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Faktor-faktor lingkungan ekstern

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh lapisan masyarakat tempat dilahirkan dan dibesarkan. Hal ini berarti konsumen yang berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan memiliki penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda. Faktor-faktor tersebut antara lain kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga.

b. Faktor-faktor lingkungan intern

Faktor lingkungan intern merupakan faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu yang akan berpengaruh pada perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain motivasi, persepsi atau pengamatan, pengalaman, sikap, kepribadian dan konsep diri.

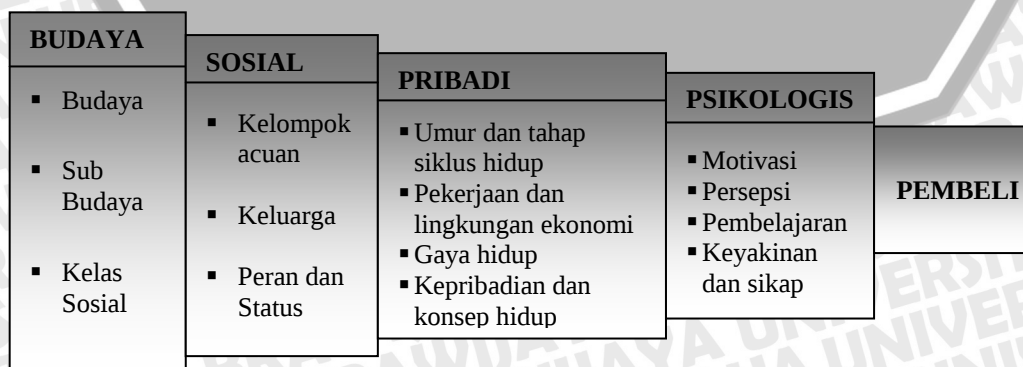
Perilaku konsumen ini tercermin pada bagaimana konsumen memenuhi kebutuhan hidupnya baik dalam memilih barang dan jasa maupun dalam memilih tempat berbelanja.



Sumber : Kotler (2002 : 183)

Gambar 2.1
Model Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2002:183) perilaku konsumen amat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sebagian besar, pemasar tidak dapat mengendalikan faktor-faktor tersebut, tetapi, mereka harus memperhitungkan semuanya.



Sumber : Kotler (2002 : 183 – 202)

Gambar 2.2
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Adapun penjelasan dari setiap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler, 2002 : 183 - 202) antara lain;

1. Faktor Budaya

a. Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak-anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga – lembaga penting lainnya.

b. Sub Budaya

Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

c. Kelas Sosial

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Adapun Engel, Blackwell and Miniard (1994:134) menyatakan bahwa dalam mengetahui kelas sosial maka digunakan variabel pekerjaan sebagai indikator wakil tunggal yang terbaik dari kelas sosial. Orang yang memiliki pekerjaan dengan peringkat sama (dalam *prestise*) kerap berbagi akses yang sama untuk sarana pencapaian suatu gaya hidup.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Berdasarkan Engel, Blackwell and Miniard (1994:165-169), jenis kelompok acuan berdasarkan besarnya pengaruh yaitu kelompok primer dan sekunder, berdasarkan organisasi yaitu kelompok formal dan informal.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian.

c. Peran dan status

Seseorang berpartisipasi ke dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya – keluarga, klub, organisasi. Kedudukan orang itu di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran seseorang dalam masyarakat menghasilkan status. Masyarakat memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka.

3. Faktor Pribadi

a. Usia dan tahap siklus hidup

Konsumsi berhubungan dengan usia dan siklus hidup konsumen. Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya berdasarkan usianya. konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Tahap siklus hidup keluarga mendeskripsikan pola yang didapatkan di antara keluarga ketika mereka menikah, mempunyai anak, meninggalkan rumah, kehilangan pasangan hidup dan pensiun.

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh pekerjaan dan keadaan ekonomi seseorang meliputi penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva, utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja atau menabung.

c. Gaya hidup

Gaya hidup ialah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga didefinisikan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994:383) sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi

d. Kepribadian dan konsep diri

Masing-masing orang memiliki kepribadian dan konsep diri berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi. Sedangkan konsep diri ialah bagaimana keinginan seseorang dalam memandang dirinya sendiri.

4. Faktor Psikologis

a. Motivasi

Motif ialah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak. Kebutuhan bersifat biogenis yang muncul dari tekanan biologis (lapar, haus, tidak nyaman). Adapula kebutuhan yang bersifat psikogenis, kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok.

b. Persepsi

Seseorang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu.

c. Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan rangsangan, petunjuk bertindak, tanggapan dan penguatan.

d. Keyakinan dan sikap

Keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang sesuatu hal. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Pada penelitian ini dapat diketahui bagaimana pembentukan perilaku mahasiswa sebagai konsumen dari fasilitas perdagangan dan jasa.

2.8 Hasil Penelitian Terdahulu.

Berikut ini merupakan beberapa hasil penelitian terdahulu yang mendasari penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2.2
Beberapa Hasil Penelitian Terdahulu yang Mendasari Penelitian yang Akan Dilaksanakan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil	Manfaat dan Keterkaitan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan
1.	Laporan Tugas Besar Perencanaan Kota 2004, Malang Kota Pendidikan (Case Study : Universitas Negeri Malang) Peneliti : Mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota FT UB Angkatan 2002	- Mengetahui karakteristik pola tingkah laku mahasiswa Universitas Negeri Malang - Mengetahui dampak sosio ekonomi yang ditimbulkan akibat keberadaan UM	- Karakteristik mahasiswa, meliputi : jenis kelamin, usia, tahun angkatan, lokasi hunian (pemondokan / kos), jumlah pendapatan, asal pendapatan, kepemilikan kendaraan, daerah asal - Karakteristik Perilaku Mahasiswa, meliputi : Kegiatan Perkuliahan (di dalam area kampus), serta Kegiatan Pemenuhan Kebutuhan Primer dan Sekunder (di luar area lingkungan kampus; di sekitar area lingkungan pemondokan/kos) - Karakteristik lingkungan responden, meliputi : lokasi dalam area studi (ketersediaan sarana, aksesibilitas, dan jarak kos ke kampus), serta lokasi di luar area studi (seputar asal mahasiswa, perilaku bawaan mahasiswa dari luar Kota Malang dalam memenuhi kebutuhan primer dan sekunder) - Dampak sosio ekonomi, meliputi : intensitas pemenuhan kebutuhan mahasiswa UM, besarnya biaya pengeluaran,	- Analisis regresi dengan membandingkan tingkah laku mahasiswa yang dibedakan berdasarkan jenis kelamin. - Analisis deskriptif, dengan membandingkan seluruh frekuensi responden dalam mengunjungi fasilitas perdagangan dan jasa.	Dari hasil analisis Analisis Perilaku Mahasiswa UM dapat disimpulkan sebagai berikut : - Mahasiswa banyak memanfaatkan fasilitas baik sarana dan prasarana yang tersebar di lingkungan sekitar kampus UM maupun di sekitar lingkungan tempat tinggal (kos) Dari hasil Analisis Dampak Sosial Ekonomi Universitas Negeri Malang dapat disimpulkan sebagai berikut : - Dampak positifnya yaitu UM menjadi pusat pertumbuhan yang mampu memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar UM - Dampak negatifnya, munculnya PKL yang walau dibutuhkan oleh mahasiswa, tetapi melanggar estetika wilayah kota bila keberadaanya tidak dapat dikendalikan	- Merupakan penelitian pendahuluan yang mendasari penelitian yang akan dilakukan - Penelitian yang akan dilakukan untuk memperdalam materi penelitian yang telah dilakukan, sebab penelitian tersebut hanya mendata perilaku pemenuhan kebutuhan tanpa melihat dimana lokasi fasilitas yang dimanfaatkan. - Sebagai acuan untuk menentukan jenis fasilitas penunjang permukiman, karakteristik mahasiswa, serta karakteristik perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas penunjang permukiman yang akan diteliti

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil	Manfaat dan Keterkaitan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan
			besarnya tingkat kebutuhan, tumbuhnya fasilitas perdagangan dan jasa (Fotocopy, Rental, Wartel, Warung Makan, Kos-kosan, Toko kelontong, Persewaan buku dan VCD, PKL makanan, jasa terjemahan, jasa isi ulang air minum, Counter HP, dan Laundry)			
2.	Tugas Akhir : Studi Perilaku Spasial Mahasiswa Penghuni Kos Terhadap Ketersediaan Fasilitas Penunjang (Studi Kasus Kelurahan Ketawanggede dan Sumbasari) Peneliti : Wahyu Lutfi Utomo (Mahasiswa S1 Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota FT UB)	- Mengetahui karakteristik perilaku spasial mahasiswa penghuni kos terhadap ketersediaan fasilitas baik di tempat kos maupun fasilitas perdagangan dan jasa - Mengetahui persepsi mahasiswa penghuni kos terhadap ketersediaan fasilitas penunjang tersebut - Mengetahui keterkaitan perilaku spasial mahasiswa penghuni kos dengan ketersediaan fasilitas penunjang di sekitar tempat kos	- Karakteristik mahasiswa, meliputi : jenis kelamin, usia, tahun angkatan, perguruan tinggi, daerah asal - Karakteristik tempat kos, meliputi : harga sewa, cara pembayaran kos, daya tampung - Perilaku spasial mahasiswa penghuni kos terhadap hunian kos, meliputi : lama menghuni, frekuensi pindah kos, alasan pindah kos, faktor pemilihan tempat kos, lokasi pemilihan tempat kos, persepsi terhadap kondisi tempat kos - Perilaku spasial mahasiswa terhadap fasilitas perdagangan dan jasa, meliputi : jenis kegiatan, frekuensi kegiatan / frekuensi kunjungan terhadap fasilitas perdagangan dan jasa - Tingkat kepentingan fasilitas penunjang, meliputi :	- Analisis deskriptif, terhadap variabel karakteristik mahasiswa dan perilaku spasial mahasiswa disajikan dalam bentuk tabel dan diagram disertai dengan interpretasi kecenderungan data - Analisis korelasi kanonikal, yaitu identifikasi dan kuantifikasi hubungan antara dua himpunan variabel terikat (perilaku spasial mahasiswa) dan variabel bebas	Dari hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut : - Karakteristik Perilaku Spasial Mahasiswa dipengaruhi oleh tingkat kepentingan ketersediaan fasilitas penunjang seperti warung makan, fotokopi, rental komputer, toko kelontong, warnet, wartel, persewaan VCD, pertokoan, pusat perbelanjaan (mini market dan supermarket / mall) dan toko buku, serta fasilitas ATM. - Adanya arahan rekomendasi jarak pencapaian antara tempat kos dengan fasilitas penunjang yang masih bisa ditempuh mahasiswa	- Merupakan penelitian pendahuluan yang menjadi pembanding penelitian yang dilakukan - Penelitian yang akan dilakukan untuk memperdalam materi penelitian yang telah dilakukan, sebab penelitian tersebut hanya mendata perilaku pemenuhan kebutuhan tanpa melihat faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan fasilitas sebagai sarana pemenuhan kebutuhan - Sebagai acuan untuk menentukan jenis fasilitas penunjang permukiman, karakteristik

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil	Manfaat dan Keterkaitan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan
			kelengkapan fasilitas kos, harga sewa, lokasi/jarak fasilitas penunjang. • Ketersediaan tempat kos dan fasilitas penunjang, meliputi : fasilitas kos, ukuran kamar, harga sewa, lokasi/jarak fasilitas penunjang, fasilitas perdagangan dan jasa yang sering dikunjungi	(ketersediaan fasilitas perdagangan dan jasa)		mahasiswa, serta karakteristik perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas penunjang permukiman yang akan diteliti
3.	Tugas Akhir : Faktor – Faktor Persepsi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Permukiman di Daerah Industri Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. Peneliti : Diah Kurniasih (Mahasiswa S1 Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota FT UB)	- Mengetahui karakteristik masyarakat di Kecamatan Driyorejo - Mengetahui Karakteristik permukiman di Kecamatan Driyorejo - Mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat terhadap permukiman dan lingkungan permukiman di Kecamatan Driyorejo - Mengetahui faktor-faktor yang berkaitan dengan persepsi dan preferensi masyarakat terhadap permukiman dan lingkungan permukiman di Kecamatan Driyorejo.	- Karakteristik penduduk, meliputi : kondisi sosial masyarakat (usia, jenis kelamin, pendidikan, asal penduduk, lama tinggal) dan kondisi ekonomi (pekerjaan, pendapatan, pengeluaran) - Kondisi fisik rumah (jenis dinding, jenis lantai, jenis atap, dan luas rumah) - Kondisi non fisik rumah (status kepemilikan dan fungsi rumah) - Kondisi sarana permukiman (dalam bentuk sarana kesehatan, sarana peribadatan, sarana perdagangan, sarana pemerintahan dan pelayanan umum, serta sarana ruang terbuka hijau, taman, dan olahraga). - Pencapaian ke sarana permukiman (jarak/lokasi dari tempat tinggal) - Kondisi prasarana permukiman - Polusi dampak industri	- Analisis Deskriptif, terhadap variabel karakteristik sosial ekonomi masyarakat, karakteristik perumahan, karakteristik sarana dan prasarana, persepsi permukiman, dan preferensi bermukim (alasan pemilihan lokasi tempat tinggal). - Analisis Evaluatif, yaitu membandingkan variabel kondisi perumahan, kondisi sarana permukiman, dan	Dari hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut : - Karakteristik penduduk berdasarkan kondisi sosial dan ekonomi - Karakteristik permukiman, mulai dari penyediaan rumah, kondisi fisik rumah, serta kondisi dan ketersediaan sarana dan prasarana permukiman - Persepsi dan preferensi masyarakat terhadap permukiman dan lingkungan permukiman - Faktor - faktor persepsi dan preferensi masyarakat terhadap permukiman dan lingkungan permukiman, yaitu keterkaitan sangat kuat adalah faktor asal penduduk serta lama tinggal.	- Merupakan penelitian pendahuluan yang menjadi contoh penelitian yang dilakukan yaitu dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi bermukim suatu masyarakat. - Sebagai acuan untuk menentukan jenis fasilitas penunjang permukiman, karakteristik mahasiswa, karakteristik perilaku mahasiswa, serta faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas penunjang permukiman yang akan diteliti

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil	Manfaat dan Keterkaitan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan
			• Persepsi keberadaan industri • Dampak industri terhadap permukiman • Preferensi bermukim (alasan pemilihan lokasi tempat tinggal)	kondisi prasarana permukiman dengan standar yang berlaku. • Analisis Korelasi, yaitu mencari keterkaitan dengan menganalisis faktor – faktor yang berkaitan dengan persepsi dan preferensi bermukim. • Analisis Pembobotan, yaitu dengan melakukan pembobotan kualitas sarana dan prasarana permukiman, serta pembobotan terhadap dampak industri.		
4.	Pemetaan Preferensi Konsumen Supermarket dengan Metode Kano Berdasarkan Dimensi <i>Servqual</i> (Service Quality) Peneliti :	Mengetahui harapan konsumen tentang fasilitas dan layanan Supermarket menurut dimensi <i>Servqual</i> yang dipetakan ke dalam kategori Kano	• Konsumen; meliputi : Usia, jenis kelamin, dan pekerjaan • Supermarket (atribut yang terdapat pada supermarket); meliputi : ✓ <i>Tangible</i> meliputi : - suhu ruangan - kebersihan ruangan	• Analisis dengan menggunakan Model Kano, yaitu dengan mengkategorikan atribut-atribut dari Supermarket berdasarkan seberapa baik	• Hasil pemetaan dan perbandingan antara responden (konsumen) dengan manajer supermarket yaitu 3 dari 4 manajer supermarket memiliki kesamaan pandangan dengan mayoritas pihak responden yang menjadi konsumen di	• Merupakan penelitian pendahuluan yang menjadi contoh penelitian yang dilakukan yaitu dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi Konsumen Supermarket.

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil	Manfaat dan Keterkaitan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan
	Kriswanto Widiawan (dosen jurusan Teknik Industri UK Petra) dan Irianty (Alumnus Jurusan Teknik Industri UK Petra)		- penataan ruangan - penataan lampu penerangan - jumlah kasir - area parkir yang memadai - ATM lengkap - penitipan barang yang praktis - kemasan produk - toilet ✓ <i>Reliability</i> meliputi : - kualitas produk - kelengkapan jenis produk - kemampuan staf kasir - harga produk ✓ <i>Responsiveness</i> meliputi : - kesediaan pihak supermarket membantu konsumen tanpa diminta ✓ <i>Assurance</i> meliputi : - parkir yang aman - keamanan dan kenyamanan saat belanja - pegawai yang sopan ✓ <i>Emphaty</i> meliputi : - lokasi supermarket mudah dijangkau - produk khusus - sistem hadiah - keluhan dan saran ditanggapi dengan serius	supermarket tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, kemudian dilakukan pembandingan hasil pemetaan dari pihak konsumen dengan pihak manajer supermarket.	suatu supermarket	• Sebagai acuan untuk menentukan jenis karakteristik mahasiswa, serta faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas penunjang permukiman yang akan diteliti

Sumber: Studi Literatur Tahun 2007