

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PEMILIK
PROPERTI RUMAH KOS DI KAWASAN PENDIDIKAN
KOTA SEMARANG**
(Studi di Kelurahan Tembalang, Pedalangan, dan Sumurboto)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Sebutan
Sarjana Terapan di Bidang Pertanahan
Pada Program Studi Diploma IV Pertanahan



Disusun oleh:

NIRWASHITA MAHESWARI

NIT. 20293561

**KEMENTERIAN AGRARIA DAN TATA RUANG/
BADAN PERTANAHAN NASIONAL
SEKOLAH TINGGI PERTANAHAN NASIONAL
YOGYAKARTA**

2024

ABSTRACT

The boarding house property business in the educational area of Semarang City has promising prospects due to the high demand for residential housing. The presence of higher education institutions such as Diponegoro University, Semarang State Polytechnic, Semarang Health Polytechnic of the Ministry of Health, and other colleges makes this area strategic for the boarding house property business. This research aims to determine whether the factors of location, price, and promotion influence the purchase interest of boarding house owners in the Educational Area of Semarang City.

The research method used in this study is a quantitative method using multiple linear regression analysis in the SPSS program. The population used is the boarding house owners in the Kelurahan Tembalang, Pedalangan, and Sumurboto. The sample used is 40 people with a purposive sampling method. In this study, the results obtained show that location and promotion have a positive and significant influence on purchase interest, while price has a negative and significant influence. The analysis of the coefficient of determination shows that 82.5% of the purchase interest is influenced by location, price, and promotion. The remaining 17.5% is influenced by external variables not examined in this study.

Keywords: *Location, Price, Promotion, Purchase Interest*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Keaslian Penelitian	6
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Landasan Teori	17
1. Teori Permintaan Properti	17
2. Investasi Properti Komersial	19
3. Produk	21
4. Lokasi	22
5. Harga	23
6. Promosi	24
7. Minat Beli	27
B. Kerangka Pemikiran	29
C. Hipotesis	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32

A.	Format Penelitian.....	32
B.	Lokasi Penelitian.....	32
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D.	Batasan Operasional.....	36
E.	Pemilihan dan Pengukuran Variabel.....	36
F.	Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
G.	Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	47
GAMBARAN UMUM WILAYAH.....		47
A.	Gambaran Umum Kawasan Pendidikan Tembalang.....	47
1.	Gambaran Umum Kelurahan Tembalang.....	48
2.	Gambaran Umum Kelurahan Pedalangan.....	49
3.	Gambaran Umum Kelurahan Sumurboto.....	50
B.	Gambaran Umum Potensi Bisnis Rumah Kos.....	51
1.	Pertumbuhan Rumah Kos di Kecamatan Tembalang dan Banyumanik... 51	
2.	Variasi Harga Sewa Rumah Kos di Kecamatan Tembalang dan Banyumanik.....	52
BAB V	54
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PEMILIK PROPERTI RUMAH KOS DI KAWASAN PENDIDIKAN.....		54
KOTA SEMARANG.....		54
A.	Karakteristik Responden.....	54
B.	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	61
1.	Uji Validitas.....	61
2.	Uji Reliabilitas.....	63
C.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
1.	Uji Normalitas.....	66
2.	Uji Multikolinearitas.....	68
3.	Uji Autokorelasi.....	69
4.	Uji Heteroskedastisitas.....	71
E.	Hasil Uji Hipotesis.....	72
1.	Uji T (Parsial).....	72
2.	Uji F (Simultan).....	74
3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76

F. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Properti Rumah Kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang	77
2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Properti Rumah Kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang	80
3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Properti Rumah Kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang	84
4. Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Properti Rumah Kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang	86
BAB VI.....	88
PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	95

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Properti memegang peran penting bagi kehidupan manusia dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Setiap aktivitas manusia tidak dapat terlepas keterlibatannya dari sektor properti, mulai dari tempat mencari nafkah hingga pusat perbelanjaan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Sektor properti juga mencakup fasilitas umum yang vital, seperti sarana kesehatan, pendidikan, pemerintah, pariwisata, dan berbagai kebutuhan manusia lainnya, termasuk kebutuhan properti tempat tinggal yang menjadi aspek paling esensial dalam pemenuhan kebutuhan manusia (Mahardika, 2021)

Perkembangan properti komersial di Kota Semarang mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Kenaikan permintaan properti komersial ini dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain pendapatan per kapita, jumlah penduduk, pertumbuhan ekonomi, dan tingkat inflasi (Nurpita, 2021). Hal ini dapat terlihat dari tabel indeks permintaan properti komersial di Semarang berikut:

*Tabel 1 Indeks Permintaan Properti Komersial di Semarang (% , yoy)
Tahun 2022-2023*

Jenis Properti	2022				2023			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Perkantoran	-13,54	-13,51	-13,52	-12,26	1,50	1,51	1,51	0,04
Perkantoran sewa	-12,80	-11,67	-12,00	-13,09	0,11	0,40	0,46	1,26
Perkantoran Jual	-13,57	-13,57	-13,57	-12,25	1,52	1,52	1,52	0,00
Ritel	3,38	-1,25	-3,12	-2,57	-0,81	5,02	6,72	6,65
Ritel Sewa	3,38	-1,25	-3,12	-2,57	-0,81	5,02	6,72	6,65
Hotel	53,07	61,02	47,24	26,65	23,25	4,20	4,94	-16,37
Lahan Industri	3,29	11,35	10,95	10,95	8,41	0,66	0,83	0,77

Sumber: BI, 2024

Tabel tersebut menggambarkan persentase perubahan dari tahun ke tahun (% , yoy) untuk indeks permintaan properti komersial di Kota Semarang. Jika angka yang tercantum positif, hal itu menunjukkan pertumbuhan permintaan, sedangkan jika negatif menunjukkan penurunan permintaan. Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa indeks permintaan properti komersial di Semarang mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh faktor-faktor tertentu. Namun, dalam waktu triwulan berikutnya di setiap tahun angkanya cenderung meningkat walaupun tidak signifikan. Ini artinya permintaan terhadap properti komersial masih diminati. Kondisi ini didorong oleh tingginya permintaan pasar di terhadap properti (Fanama, 2019).

Bisnis di bidang properti komersial memiliki beberapa keuntungan seperti menghasilkan pendapatan pasif, memberikan apresiasi nilai, dan memberikan perlindungan inflasi. Potensi untuk menghasilkan pendapatan pasif dapat meningkat seiring dengan kenaikan harga sewa, nilai jual, atau nilai properti itu sendiri. Nilai properti akan naik disebabkan oleh inflasi yang membuat harga barang jasa naik. Secara umum investasi properti dianggap lebih aman, karena kebanyakan investasi lain banyak dipengaruhi oleh faktor luar. Misalnya harga-harga bursa saham bisa naik maupun turun dengan cepat bahkan signifikan karena isu politik, kebijakan pemerintah, keamanan negara, kondisi ekonomi, atau seperti obligasi yang harganya turun saat angka inflasi dan suku bunga naik. Meskipun properti juga terpengaruh oleh faktor luar, namun perubahannya tidak terlalu cepat. Misalnya harga sebuah properti tidak bisa berubah begitu saja dalam sehari, tetapi butuh waktu tahunan (Yuhananta, 2011).

Salah satu bisnis di bidang properti komersial yang diminati adalah bisnis kos-kosan atau rumah kos. Berdasarkan Pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, dijelaskan bahwa rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 dimasukkan ke dalam kategori hotel, yaitu fasilitas penyedia jasa penginapan atau peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan pungutan biaya.

Sehingga apabila wajib pajak memiliki rumah kos lebih dari sepuluh kamar maka mekanisme perpajakannya sama seperti hotel yang akan dikenakan pajak daerah dengan tarif tertinggi 10% dan disesuaikan dengan kebijakan daerah masing-masing. Namun ketentuan tersebut sudah dicabut dengan adanya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (HKPD). Sehingga berarti rumah kos tidak lagi menjadi objek pajak daerah. Kemudian dengan hadirnya Peraturan Pemerintah RI Nomor 34 Tahun 2017 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Persewaan Tanah dan/atau Bangunan dijelaskan bahwa penghasilan dari rumah kos tidak termasuk sebagai penghasilan dari persewaan tanah dan/atau bangunan, melainkan digolongkan ke dalam penghasilan usaha (Nurhidayah, 2022).

Rumah kos merupakan salah satu jenis properti komersial atau jenis properti yang dimanfaatkan untuk tujuan bisnis atau mendapatkan keuntungan. Memulai usaha rumah kos memberikan peluang bagi pengusaha untuk memperoleh pendapatan pasif dan berkelanjutan dari penyewa yang bekerja atau belajar di sekitar lokasi kos. Umumnya, rumah kos banyak disewakan kepada mahasiswa dan karyawan. Dalam hal ini, rumah kos dapat mendatangkan pendapatan pasif bulanan yang cukup besar dan berlangsung untuk jangka panjang (Putri, dkk, 2022).

Salah satu wilayah di Semarang yang mempunyai prospek menjanjikan untuk usaha rumah kos adalah Kawasan Pendidikan Tinggi Tembalang. Wilayah ini mencakup Kecamatan Tembalang itu sendiri dan Kecamatan Banyumanik. Menurut RTRW Kota Semarang Tahun 2011-2031, kedudukan Kecamatan Tembalang dan Banyumanik memiliki peran sebagai kawasan pendidikan dalam fungsi regional serta perdagangan dan jasa dalam fungsi kota. Kawasan pendidikan didefinisikan sebagai kawasan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang kota untuk menjalankan fungsi pendidikan dengan fasilitas pendukung di sekitarnya (Handayani, 2011).

Tembalang sebagai kawasan pendidikan di Kota Semarang, memiliki karakteristik yang untuk yang memicu pertumbuhan bisnis rumah

kos. Keberadaan beberapa perguruan tinggi terkemuka, seperti Universitas Diponegoro, Politeknik Negeri Semarang, Politeknik Kesehatan Kemenkes Semarang, dan perguruan tinggi lainnya menjadikan kawasan ini sebagai destinasi utama bagi mahasiswa yang mencari tempat tinggal yang strategis. Kondisi ini menciptakan ekspektasi keuntungan bisnis bagi pemilik rumah kos yang merespon dengan menyediakan berbagai fasilitas dan layanan menarik perhatian mahasiswa. Dengan demikian, karakteristik Tembalang sebagai kawasan pendidikan yang ramai menjadikannya magnet bagi investasi di sektor rumah kos dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis lainnya seperti penyediaan jasa *laundry*, rumah makan, klinik kesehatan, dan sebagainya (Setyoko, 2014).

Minat beli tidak hanya timbul begitu saja, melainkan tumbuh dan berkembang seiring penyebab tertentu. Menurut Kotler (2003), faktor minat beli seseorang dapat berasal dari kombinasi empat variabel yang dapat menunjang kegiatan pemasaran, yaitu produk, lokasi, harga, dan promosi. Namun pada penelitian ini, variabel produk tidak diteliti dalam penelitian ini karena alasan tertentu. Salah satu contoh penelitian yang meneliti hanya tiga faktor minat beli, yaitu lokasi, harga, dan promosi telah dilakukan oleh Eben Nangaro dkk pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah di Perumahan Sawangan Permai Minahasa”.

Minat untuk membeli sebuah properti sangat dipengaruhi oleh lokasi yang strategis. Selain itu, faktor harga juga menjadi pertimbangan seorang konsumen dalam menaruh minat pada sebuah properti. Dan yang terakhir adalah promosi. Tak dipungkiri di era digital ini metode pemasaran sudah lebih maju dan memudahkan siapa saja mengakses informasi terkait promosi suatu produk dalam hal ini properti. Dari pemaparan fenomena latar belakang yang terjadi di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Pemilik Properti Rumah Kos di Kawasan**

Pendidikan Kota Semarang (Studi di Kelurahan Tembalang, Pedalangan, dan Sumurboto)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli pemilik properti rumah kos di kawasan pendidikan Kota Semarang?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap minat beli pemilik properti rumah kos di kawasan pendidikan Kota Semarang.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini dari segi teoritis adalah temuan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan di bidang properti dan menjadi referensi dalam melaksanakan penelitian yang serupa.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Kementerian ATR/BPN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Kementerian ATR/BPN dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan tata ruang yang mendukung pengembangan kawasan pendidikan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu menyusun kebijakan berkaitan dengan peraturan properti dan perpajakan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan kondisi pasar. Kebijakan ini dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan sektor properti.

2) Bagi Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi bagi taruna STPN di bidang properti. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli properti diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk strategi pengelolaan kawasan pendidikan yang lebih baik. Dalam hal ini, termasuk perencanaan tata ruang yang mendukung kebutuhan pendidikan dan hunian, serta strategi investasi yang menguntungkan bagi semua pihak.

3) Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan ini memberikan pengetahuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu (lokasi, harga, dan promosi) yang mempengaruhi minat beli properti. Hal tersebut dapat membantu memperdalam pengetahuan peneliti di bidang properti dan pemasaran.

4) Bagi Masyarakat

Informasi mengenai bagaimana lokasi, harga, dan promosi mempengaruhi minat beli dapat membantu pihak yang berkepentingan, seperti investor atau pengembang properti, dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif yang dapat meningkatkan penjualan serta membantu pertumbuhan usaha bidang properti.

D. Keaslian Penelitian

Penulis berusaha untuk mengumpulkan berbagai informasi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini. Dengan mempelajari penelitian-penelitian sebelumnya, penulis dapat melihat kontribusi yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, menemukan celah pengetahuan yang masih perlu diisi, dan menyusun dasar yang kuat untuk penelitian yang akan dilakukan. Sebagai bahan pertimbangan untuk membuktikan keaslian penelitian ini, perlu dilakukan perbandingan dengan penelitian terdahulu terkait “Faktor -Faktor Yang

Mempengaruhi Minat Beli Pemilik Properti Rumah Kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang”. Perbandingan temuan dan analisis penelitian terdahulu terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1.	a. Nora Piti Nainggolan dan Heryenzus b. Jurnal c. 2018	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah di Kota Batam	Untuk mengetahui apakah faktor kualitas produk, harga, lokasi, promosi mempengaruhi minat beli dalam membeli rumah di Kota Batam	Metode kuantitatif	Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen dalam membeli rumah di Kota Batam berpengaruh signifikan. Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen dalam membeli rumah di Kota Batam berpengaruh signifikan. Pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat beli konsumen dalam membeli rumah di Kota Batam berpengaruh signifikan. Pengaruh promosi secara parsial terhadap minat beli konsumen dalam membeli rumah di Kota Batam berpengaruh signifikan. Dan adanya pengaruh signifikan kualitas produk, harga, lokasi, promosi secara simultan terhadap

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
					minat beli konsumen dalam membeli rumah di Kota Batam.
2.	a. Tiyas Ayuk Widyawati b. Skripsi c. 2018	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat dalam Memilih Usaha Sewa Kamar Kost Menurut Perspektif Ekonomi Islam	Untuk mengetahui kondisi usaha sewa kamar kost secara strategis berdasarkan analisis SWOT dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap usaha sewa kost di Desa Plosokandang.	Metode kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha sewa kamar kost memiliki beberapa indikator yang tercakup dalam matriks SWOT. Kekuatan usaha ini terletak pada harga sewa terjangkau, pemasaran yang mudah, serta keuntungan besar dengan resiko rugi kecil. Namun, kelemahan meliputi kenaikan harga sewa dan kurangnya keramahan dari pemilik kost. Peluang terbuka dari lokasi strategis, daya beli penyewa yang tinggi, serta potensi memberi kesempatan kerja pada pihak lain. Ancaman datang dari persaingan yang semakin meningkat dan modal yang besar. Pengusaha

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
					sewa kost cenderung mengadopsi strategi SO, dimana mereka memanfaatkan peluang dengan menjaga harga sewa terjangkau untuk mahasiswa, memperkuat pemasaran untuk meningkatkan daya beli, dan memberi kesempatan kerja kepada masyarakat sekitar. Dari sisi ekonomi Islam, usaha ini sesuai dengan syariat karena mengikuti prinsip pertanggungjawaban dan akad ijarah.
3.	a. Elina Monica b. Jurnal c. 2018	Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan, dan Promosi terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso	Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, kualitas bangunan, dan promoi secara parsial terhadap minat beli pada perumahan Taman Safira.	Metode kuantitatif	Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga, lokasi, kualitas bangunan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 77,9% minat beli dipengaruhi oleh harga, lokasi, kualitas bangunan dan

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
					promosi. Sedangkan sisanya sebesar 22,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.
4.	a. Ginanjar D. U. dan Ginanjar R. b. Jurnal c. 2020	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Perumahan di Kabupaten Karanganyar	Untuk menguji dan membuktikan aspek- aspek yang mempengaruhi minat konsumen membeli perumahan pada perumahan di Kabupaten Karanganyar.	Metode kuantitatif	Harga serta promosi berdampak positif serta signifikan pada minat beli. Sedangkan lokasi berdampak negatif atas minat beli. Sebesar 6% dalam uji koefisien determinasi membuktikan minat beli dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan promosi. Sebesar 94% dari sisa tersebut berpengaruh pada variabel luar yang tidak diuji di penelitian.
5.	a. Imanuel N. M. dkk b. Jurnal c. 2021	Atribut Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada	Untuk mengidentifikasi atribut faktor bauran pemasaran yang menjadi dasar pertimbangan	Metode kualitatif	Atribut produk (luas bangunan unit rumah secara keseluruhan sesuai kebutuhan, kualitas pengerjaan bangunan sesuai spesifikasi dari developer dan desain fasad bangunan), atribut harga (fleksibilitas

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
		Perumahan Subsidi oleh Konsumen	keputusan pembelian perumahan oleh konsumen		pembayaran, kesesuaian harga dengan daya beli konsumen dan harga jual kembali yang lebih tinggi dari harga saat membeli), atribut lokasi (lokasi mudah dijangkau, lokasi dilalui transportasi umum, jarak ke pusat kegiatan dan fasilitas pelayanan publik lainnya serta fasilitas yang lengkap), dan atribut promosi (adanya kegiatan memperkenalkan produk melalui desain promosi yang menarik, promosi di berbagai media, pemberian hadiah untuk menarik minat konsumen dan adanya potongan harga) untuk menarik minat konsumen.
6.	a. Elisyia N. P. b. Jurnal c. 2021	Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Harga Terhadap Minat Beli	Untuk menguji pengaruh lokasi, fasilitas, dan harga	Metode kuantitatif	Lokasi, fasilitas, dan harga mempengaruhi sebagian minat beli.

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
		Perumahan Grand Gresik Harmoni Desa Srembi – Kembangan Kecamatan Kebomas Gresik	terhadap minat beli konsumen di Perumahan Grand Gresik Harmoni		
7.	a. Shelviana Apriliana Nurjanah b. Skripsi c. 2022	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Rumah Kos di Desa Sawangan Kecamatan Purwokerto Timur	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat investasi rumah kos di Desa Sawangan dan mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap investasi rumah kos.	Metode kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan faktor- faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi rumah kos adalah sebagai berikut (a) faktor internal minat terdiri dari perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan. (b) faktor eksternal minat terdiri dari keluarga dan lingkungan. (c) faktor daya tarik investasi terdiri dari lokasi dan pengembalian modal (d) faktor pendorong isatnevni terdiri dari teknologi,

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
					fasilitas, persaingan, dan peluang yang mempengaruhi minat investasi rumah kos desa sawangan. Tinjauan ekonomi syariah terhadap investasi rumah kos menggunakan Akad Ijarah diawali berdasarkan kesepakatan perjanjian yaitu suka sama suka antara kedua belah pihak.
8.	a. Eben Nangaro dkk b. Jurnal c. 2023	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah di Perumahan Sawangan Permai Minahasa	Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap minat beli rumah di Perumahan Sawangan Minahasa.	Metode kuantitatif	Variabel harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen minat beli. Variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli Perumahan Sawangan Permai Minahasa. Variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli Perumahan Sawangan Permai. Variabel promosi mempunyai pengaruh signifikan

No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
					terhadap minat beli Perumahan Sawangan Permai Minahasa
Penelitian Saat Ini					
No	a. Nama Peneliti b. Jenis c. Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1.	a. Nirwashita Maheswari b. Skripsi c. 2024	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Pemilik Properti Kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang (Studi di Kelurahan Tembalang, Pedalangan, dan Sumurboto)	Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap minat pembeli properti pendidikan Kota rumah kos di kawasan Semarang.	Metode kuantitatif	Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 82,5% minat beli dipengaruhi oleh harga, lokasi, dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 17,5% variabel luar yang tidak diuji di penelitian.

Berdasarkan tabel 2 di atas, penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas mempunyai tujuan dan hasil pembahasan yang beraneka ragam. Pada penelitian saat ini, memiliki persamaan metode yang digunakan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nora Piti Nainggolan dan Heryenzus (2018), Ginanjar D.U. dan Ginanjar R. (2020), Elisya N. P. (2021), dan Eben Nangaro dkk (2023), yaitu dengan metode kuantitatif. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Tiyas A. W. (2018), Imanuel N. M. (2021), dan Shelviana A. N. (2020) metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Di samping itu, kebutuhan data primer dan sekunder dari penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan kurang lebih sama. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah lokasi penelitian, kebaruan, dan substansi penelitian yang berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Pada penelitian saat ini, lokasi yang menjadi tempat penelitian berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian saat ini dilakukan di Kota Semarang dengan lokasi penelitian di Kecamatan Tembalang dengan karakteristik sebagai kawasan pendidikan. Kemudian tahun penelitian saat ini adalah yang terbaru, yaitu tahun 2024. Perbedaan kurun waktu ini dapat membedakan perubahan kondisi ekonomi maupun tren pasar properti pada saat penelitian terdahulu dilakukan dengan penelitian yang saat ini dilakukan. Selain itu, objek penelitian saat ini adalah rumah kos, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nora Piti Nainggolan dan Heryenzus (2018), Ginanjar D.U. dan Ginanjar R. (2020), dan Elisya N. P. (2021), Imanuel N. M. (2021), dan Eben Nangaro dkk (2023), yaitu rumah tinggal. Secara fungsinya, kedua jenis properti tersebut mempunyai fungsi sama yaitu untuk tempat tinggal. Namun, orientasi seseorang terhadap rumah tinggal dan kos rumah kos berbeda. Jika rumah tinggal lebih cenderung dianggap sebagai tempat tinggal yang dihuni oleh pemilik atau keluarga dengan orientasi kehidupan pribadi sedangkan rumah kos seringkali dianggap sebagai bisnis properti yang menghasilkan pendapatan sewa karena setiap unitnya disewakan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli properti rumah kos adalah faktor lokasi, harga, dan promosi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t variabel lokasi (X1) menunjukkan nilai t_{hitung} 6,163 (lebih besar dari t_{tabel} 2,2028) dan signifikansi 0,00 ($< 0,05$). Yang artinya variabel lokasi (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli properti rumah kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang.

Pada variabel harga (X2) menunjukkan nilai t_{hitung} -6,060 (lebih besar dari t_{tabel} 2,028) dan signifikansi 0,00 ($< 0,05$) Yang artinya variabel harga (X2) berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli properti rumah kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang. Sedangkan, variabel promosi (X3) menunjukkan nilai t_{hitung} 6,699 (lebih besar dari t_{tabel} 2,028) dan signifikansi 0,00 ($< 0,05$). Yang artinya variabel promosi (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli properti rumah kos di Kawasan Pendidikan Kota Semarang.

Faktor lokasi, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pemilik properti rumah kos dengan F_{hitung} 57,66 (lebih besar dari F_{tabel} 2,86) dan signifikansi 0,00 ($< 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,825 menunjukkan 82,5% variabel lokasi, harga, dan promosi menjelaskan minat beli, sementara 17,5% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan minat beli pemilik properti rumah kos di Kawasan Pendidikan Semarang yaitu, untuk faktor lokasi yang terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, pemilik properti disarankan untuk berinvestasi dalam

perbaikan infrastruktur dan fasilitas di sekitar rumah kos, seperti memastikan akses jalan yang baik serta menjaga kenyamanan dan keamanan lingkungan. Menambahkan fasilitas seperti area parkir, akses internet cepat, dan area umum yang nyaman dapat menambah nilai tambah properti.

Harga memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli, sehingga penjual atau developer perlu menyesuaikan harga dengan daya beli target pasar. Melakukan riset pasar untuk memahami rentang harga yang sesuai dan menawarkan metode pembayaran yang fleksibel, seperti cicilan bulanan, dapat menarik lebih banyak pembeli. Sementara itu, promosi yang efektif berpengaruh positif terhadap minat beli, disarankan untuk mengadopsi metode promosi yang lebih inovatif melalui media sosial dan platform digital dengan konten yang menarik dan relevan untuk meningkatkan daya tarik properti.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti mengeksplorasi lebih dalam pengaruh variabel lokasi, harga, dan promosi serta mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi minat beli. Menambahkan faktor-faktor lain dalam penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai determinan minat beli konsumen properti rumah kos.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2009). Edisi Baru Marketing. Yogyakarta: PT. Media Pressindo Group.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andi, Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Bank Indonesia. (2024). Perkembangan Properti Komersial – Triwulan IV 2023. Jakarta: Bank Indonesia.
- Baum, A. (2021). *Real Estate Investment: Strategies, Structures, Decisions (Second edition.)*. Chichester: Wiley.
- Bayu, Kartib & Yuyus Suryana. (2010) Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.
- Fanama, V. & Pratikto, R. (2019). Bubble Property di Indonesia: Analisis Empiris Survei Harga Properti Residensial. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 169-180.
- Firdaus, A. (1997). Permintaan dan Penawaran Rumah. Jakarta: *Valuestate*, 007.
- Frick, Heinz dan Mulyani, Tri Hesti. (2006). *Arsitektur Ekologis*. seri eko-arsitektur 2. Yogyakarta: Kanisius.
- Goble, F.G. (2004). *The Third Force: The Psychology of Abraham Maslow*: Maurice Bassett.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: UNDIP.
- Handayani, A. C. (2011). Identifikasi Keterkaitan Perkembangan Universitas Diponegoro Terhadap Alih Fungsi Rumah di Kawasan Pendidikan Tinggi Tembalang. Tugas Akhir. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). *Validity and reliability in quantitative studies. Evidence-based nursing*, 18(3), 66-67.
- Jogiyanto, H. M. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.

- Kotler, Philip (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lidyawatie. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Mahardika, K. T. N. dan Suci, Ni Made. (2021). Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12 (1), 204-211.
- MAPPI. (2018). *KEPI & SPI: Kode Etik Penilai Indonesia & Standar Penilaian Indonesia Edisi VII-2018*. Jakarta: MAPPI.
- Martono, Nanang. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Data dan Analisis Data Sekunder*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Maslow. (1994). *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT. PBP.
- Mbake, I.N. dkk. (2021). Atribut Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Perumahan Subsidi oleh Konsumen. *Gewang*, 3, 61-67.
- Morri, G & Benedetto, P. (2019). *Commercial Property Valuation: Methods an Studies*.
- Nainggolan, N.P. dan Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Membeli Rumah di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19 (1), 41-54.
- Nangaro, E. dkk. (2023). Pengaruh Harga Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah di Perumahan Sawangan Permai Minahasa. *Jurnal EMBA*, 11 (3), 796-806.
- Nasution, M. F. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14 (2), 135-143.
- Nurjanah, S. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Investasi Rumah Kos di Desa Sawangan Kecamatan Purwokerto Timur. Skripsi. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

- Nurpita, A. & Wardani, A. W. (2021). Analisa *Trend* Pertumbuhan Indeks Harga Properti Komersial di Kota Besar Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Aset dan Penilaian*, 1 (1), 17-22.
- Nuryana, I. D., & Prastyo, Y. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Tempat Tinggal Sementara Berbasis Panada Framework dan Haversite Formula di Surabaya. *Jurnal Manajemen Informatika*, 4 (2), 19-26.
- Noor, Juliansyah. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana.
- Palise, Steve. (2020). *Commercial Property Investing Explained Simply: How to Plan, Find, Analyse and Build a Profitable Commercial Property Portfolio*. Major Street Publishing.
- Putri, L. A. dkk. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Rumah Kost di Kawasan Universitas Telkom Berdasarkan Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial. *eProceedings of Engineering*.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 34 Tahun 2017 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Persewaan Tanah dan/atau Bangunan.
- Pertiwi, E. N. (2019). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni Desa Srembi – Kembangan Kecamatan Kebomas Gresik. *Jurnal Manajerial*, 5(1), 51-63.
- Pradika, Muhammad S., dkk. "Perencanaan Sistem Pengelolaan Sampah Terpadu Studi Kasus Kelurahan Pedalangan Kecamatan Banyumanik Kota Semarang." *Jurnal Teknik Lingkungan*, vol. 5, no. 4, 2016, pp. 1-8.
- Prastiwi, S. K. A. dan Santy Paulla Dewi. (2021). Analisis Ketersediaan Hunian Mahasiswa pada Proses Studentifikasi di Kawasan Pendidikan Tinggi Tembalang, Semarang. *Jurnal Riptek*, 15 (1), 28-42.
- Priyanto, Dwi. (2008). Mandiri Belajar SPSS. Yogyakarta: Medikom.
- Render dan Jay Heizer. (2004). Prinsip-prinsip Manajemen Operasi. Jakarta: Salemba Empat
- Samadikun, dkk. (2014). Dampak Perkembangan Kawasan Pendidikan di Tembalang Semarang Jawa Tengah (*The Impact Development of Education*

- Area in Tembalang Semarang Jawa Tengah). Jurnal Manusia dan Lingkungan, 21 (3), 366-376.*
- Santoso, B. (2009). *Sukses Berinvestasi Tanah, Rumah, dan Properti Komersial.* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.
- Surowiyono. (2007). *Dasar-dasar Perencanaan Rumah Tinggal.* Jakarta: Sinar Pustaka.
- Setyoko, S. (2014). Strategi Pemasaran Jasa Kos Wisma Niko di Tembalang. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial, 10 (1).*
- Sjahputra, R. W. (2018). Kondisi, Faktor Pendorong, dan Pemasaran Sektor Investasi Perumahan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7 (2), 44-53.*
- Swastha, B. (2009). *Azas-Azas Marketing.* Yogyakarta: Liberty.
- Tarigan, R. (2006). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Turner, K. (1991). *Economics of Natural Resources and The Environment Harvester Wheatsheaf.*
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Redistribusi Daerah.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (HKPD).
- Utama, G. D. & Rahman, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Perumahan di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal TECHNOBIZ: International Journal of Business, 2 (2), 42-47.*
- Widyawati, T. A. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Masyarakat dalam Memilih Usaha Sewa Kamar Kost Menurut Perspektif Ekonomi Islam.* Skripsi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri.
- Wijaya, R. dan Abduh. (2021). *Analisis Investasi Rumah Kos. PSPII.*
- Wyatt, P. (2013). *Property valuation (Second).* A John Wiley & Sons, Ltd.

Yasa, R. M. (2022) *Kompas*.

<https://www.kompas.id/baca/foto/2022/10/03/perkembangan-permukiman-di-semarang-atas>. Diakses pada 28 April 2024.

Yuhananta, H. E. (2011). Evaluasi Kelayakan Investasi Properti Pembangunan Proyek Pembangunan Perumahan Citra Alam Mandiri Sukoharjo. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Yunus, H.S. (2010). Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Zahari, W. Y. W. dkk. (2010). *A Study of Return on Investment For Commercial Property in Johore State Malaysia*. *Researchgate*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4222.1844>