

# Pengaruh Harga, Kualitas Properti (Ruko), dan Kualitas Jasa Terhadap Minat Sewa Di Emerald Property (Studi Kasus Pada Konsumen Emerald Property Mutiara Taman Palembang (MTP), Greenlake & PIK 2)

Sindy Jaya Lesmana<sup>1)\*</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Buddhi Dharma  
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup>sindyyna23@gmail.com

---

Rekam jejak artikel:

Terima Maret 2024;  
Perbaikan Maret 2024;  
Diterima April 2024;  
Tersedia online April 2024;

---

Kata kunci:

Harga  
Kualitas Properti  
Kualitas Jasa  
Minat Sewa

## Abstrak

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Harga, Kualitas Properti (Ruko) dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Minat Sewa pada Emerald Property. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 97 konsumen Emerald Property dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Pengolahan data statistik melibatkan pengujian validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, *t-test* (parsial), dan *F-test* (simultan). Diperoleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa uji *t* menunjukkan bahwa setiap variabel bebas memiliki pengaruh positif secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Nilai *t* hitung variabel Harga menunjukkan hasil  $2,500 > t_{tabel} 1,989$  dengan tingkat signifikansi  $0,014 < 0,05$ ; nilai *t* hitung variabel Kualitas Properti (Ruko) juga menunjukkan hasil  $1,558 > t_{tabel} 1,989$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ ; sedangkan nilai *t* hitung variabel Kualitas Jasa menunjukkan hasil  $7,645 > t_{tabel} 1,989$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Pada uji *F* didapatkan nilai *F* hitung  $507,355 > F_{tabel} 2,701$  dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga, Kualitas Properti (Ruko), dan Kualitas Jasa berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Sewa. Nilai determinasi menyatakan bahwa sebagian besar pengaruh berasal dari variabel independen, yaitu 94,1%, sementara 5,9% sisanya merupakan pengaruh faktor diluar variabel penelitian lainnya.

---

## I. PENDAHULUAN

Menyewa adalah opsi terbaik untuk individu yang baru memulai usaha namun tidak memiliki modal yang cukup untuk membeli properti. Selain itu, sewa juga merupakan pilihan yang cocok untuk sebagian orang yang tidak atau belum memiliki tempat tinggal permanen. Konsep sewa sendiri adalah penggunaan suatu benda atau harta benda yang nyata dan dapat digunakan, berdasarkan perjanjian tertentu antara pemilik dan penyewa yang kemudian membayar uang sewa dengan pembayaran uang sewa sesuai kesepakatan kedua pihak. Meskipun hanya menyewa, orang-orang tidak akan sembarangan dalam memilih suatu properti untuk menjadi tempat yang akan ditinggalinya. Berbeda dengan rumah petakkan, untuk properti seperti rumah satuan, ruko dan gudang sebagian besar pemilik properti menerapkan minimal jangka waktu sewa yaitu 1 (satu) tahun. Dengan minimal jangka waktu tersebut, secara alamiah akan timbul berbagai macam kriteria akan properti yang nantinya ditempati, sebab waktu 1 tahun bukanlah waktu yang sebentar.

Secara umum, seseorang akan cenderung memilih sesuatu dengan harga yang murah pada saat melakukan transaksi. Namun pada kasus sewa properti, pada saat dilapangan ditemukan kenyataan bahwa harga yang murah tidak menjamin properti tersebut akan dipilih untuk ditempati. Sering kali properti sudah dipasarkan dengan harga yang lebih murah

namun lama tersewa atau bahkan tidak tersewa sama sekali. Terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan terjadinya fenomena tersebut. Salah satu faktor tersebut adalah perilaku konsumen yang cenderung menginginkan sesuatu yang berkualitas bagus dengan harga yang murah. Dilapangan sering ditemukan perbedaan harga, dimana perbedaan harga ini merupakan keputusan pemilik properti ketika menitipkan propertinya melalui agen pemasar. Keputusan harga ini dapat berubah apabila pihak agen dapat memberikan masukan mengenai harga pasaran yang cocok untuk unit tersebut. Dengan demikian, properti tersebut akan memiliki peluang yang besar untuk cepat tersewa.

Properti yang akan disewakan harus memiliki kualitas yang bagus, baik dari kondisi maupun lokasinya. Pada umumnya, properti yang memiliki kondisi yang bagus akan lebih disukai oleh klien. Namun pada kenyataan dilapangan, ketika dihadapkan pilihan antara unit yang bagus dan lokasi yang bagus bebas banjir namun harganya diatas pasaran dengan unit yang rusak (perlu renovasi) namun harganya murah, orang yang menginginkan unit siap pakai akan memilih yang harganya diatas pasaran karena sudah siap untuk ditempati dan tidak memakan waktu yang lama untuk renovasi. Berbeda dengan orang yang lebih berhemat dan tidak terburu-buru, orang tersebut cenderung memilih unit yang perlu renovasi namun harganya lebih murah dibanding dengan menyewa unit siap pakai yang harganya mahal. Semua itu tergantung kebutuhan konsumen itu sendiri. Perkiraan biaya renovasi juga mempengaruhi pertimbangan konsumen. Jika properti tersebut sangat rusak sehingga membutuhkan biaya yang besar sehingga apabila dijumlah dengan harga sewanya akan melebihi harga pasaran, konsumen akan kehilangan minat pada unit properti tersebut.

Selanjutnya, peran agen properti dalam kondisi diatas adalah memberikan kualitas jasa yang baik, salah satunya dengan menengahi dan memberikan solusi agar transaksi dapat terlaksana. Pemasar dari agen properti dapat berperan sebagai negosiator sehingga semua properti memiliki peluang yang sama untuk tersewa. Jika konsumen menginginkan unit yang siap pakai namun dikurangi harganya sesuai pasaran, agen properti dapat menunjukkan kualitasnya dalam melayani konsumen dengan membantu proses negosiasi harga dengan pemilik unit sehingga mendapatkan harga yang cocok. Kualitas jasa ini sangat penting dalam pelaksanaan proses menjual jasa. Salah satu kualitas jasa yang dibutuhkan adalah kemampuan untuk berkomunikasi dua arah baik dengan pemilik maupun konsumen sebagai calon penyewa. Dalam segala kondisi, agen properti harus mampu menangani segala permasalahan yang menghambat terjadinya transaksi sewa menyewa. Pemasar harus memiliki sifat jujur agar membangun kepercayaan dari pemilik unit maupun penyewa. Pada saat proses menuju transaksi, ditemukan fakta dilapangan bahwa beberapa kali terjadi fenomena seorang konsumen tidak melanjutkan proses negosiasinya karena merasa tidak puas dengan kualitas jasa yang diberikan oleh agen properti. Pemasar dari agen properti tidak dapat membantu banyak dalam proses negosiasi sehingga konsumen menjadi tidak puas dan mencari agen properti lain yang sekiranya mampu memberikan penawaran lebih bagus daripada agen properti yang sebelumnya.

Ketika konsumen mndapatkan pelayanan yang baik dan responsif dalam mebantu memenuhi kebutuhannya, hal ini akan menimbulkan minat sewa. Minat sewa ini timbul karena adanya stimulus dari kualitas pelayanan yang menjadi kualitas jasa. Minat sewa ini mengacu pada keputusan akhir konsumen tersebut untuk menggunakan jasa yang ditawarkan dengan menandatangani perjanjian sewa-menyewa yang dalam hal ini dilakukan melalui perantara.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Harga**

Harga merupakan jumlah uang yang diberikan oleh pelanggan kepada pelaku usaha dengan tujuan memperoleh barang atau layanan yang diinginkan. Menurut Buchari Alma dalam (Nanda & Kusnawan, 2023) mengatakan bahwa nilai harga adalah nilai tukar barang dan komoditas, atau suatu transaksi pertukaran, namun saat ini konsep pertukaran telah berpindah ke uang sebagai alat tukar yang bersangkutan, sehingga harga dapat mempunyai arti yang sama dengan uang.

Menurut Kotler dalam (Widiyanto & Wibowo, 2021) harga merupakan uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh produk atau jasa, atau nilai yang diterima oleh konsumen sebagai imbalan atas kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut.

Menurut (Indrasari, 2019, p.46) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang diperlukan untuk menilai barang atau layanan yang dibutuhkan oleh konsumen.

### **Kualitas Properti (Ruko)**

Kualitas produk merupakan karakteristik fisik, fungsional, dan sifat yang dimiliki oleh produk (barang atau jasa) sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan. Pada konteks properti, properti tersebut harus mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Menurut (Novianty & Kusnawan, 2022) dalam artikelnya mengatakan bahwa kualitas produk merupakan pemahaman terhadap nilai jual produk.

Menurut Ali et al., dalam (Hasbiya & Manggala, 2022, p.86) mengatakan bahwa kualitas properti adalah perumahan yang memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen serta perumahan yang dibangun harus memenuhi standar yang baik.

### **Kualitas Jasa**

Kualitas layanan melibatkan beberapa faktor, seperti kehandalan, responsif, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pandangan pelanggan terhadap kualitas jasa ditentukan oleh pengalaman dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan. Menurut (Purba & Wibowo, 2023) dalam artikelnya mengatakan bahwa kualitas layanan menjadi pertimbangan utama dalam memilih produk dan layanan untuk konsumen. Jika produk dan layanan memiliki tingkat kualitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas.

Menurut Riadi dalam (Silaswara, Kusnawan, & Hernawan, 2022) mengatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu kegiatan atau upaya memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dan keinginan pelanggan dengan memberikan layanan yang sesuai dengan harapannya.

Menurut (Pujiarti et al., 2023, p.3) mengatakan bahwa apabila produk atau layanan yang diberikan melebihi harapan pengguna, maka dapat disimpulkan bahwa produk dan layanan tersebut memiliki kualitas yang baik.

Menurut (Indrasari, 2019, p.83) mengatakan bahwa kualitas pelayanan (*service*) merupakan objek evaluasi yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap lima aspek spesifik pelayanan (*service*).

### **Minat Sewa**

Sewa adalah aktivitas pemberian hak pakai untuk jangka waktu tertentu sesuai perjanjian antara pemilik dengan penyewa dengan nominal tertentu, baik secara langsung ataupun melalui perantara seperti agen sewa/agen properti. Kemudian minat sewa adalah perasaan yang timbul akibat adanya stimulus mengenai kebutuhan konsumen tersebut.

Schiffman and Kanuk dalam (Widiyanto, Sugandha, Hendra, Parameswari, & Kusnawan, 2020) mengatakan bahwa minat sebagai kualitas motivasi, sebagai proses insentif yang menyebabkan terjadinya suatu perilaku meskipun tidak memberikan arah yang jelas bagi perilaku tersebut, maka minat terhadap suatu produk tidak selalu konsisten dengan perilaku dalam situasi lain.

Menurut (Sidik, 2019, p.58) mengatakan bahwa kontrak sewa adalah ketika salah satu pihak setuju memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan suatu barang selama periode waktu tertentu dengan membayar harga yang telah disepakati (Pasal 1548 KUH Perdata).

## **II. METODE**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode kuantitatif. Metode kuantitatif melibatkan studi terhadap kelompok atau contoh tertentu, dengan pengumpulan data melalui alat penelitian dan analisis statistik untuk menguji hipotesis (Purba & Wibowo, 2023). Metode penelitian kuantitatif sangat akurat. Metode penelitian kuantitatif menggunakan prinsip *positivisme*, melakukan observasi pada populasi atau sampel khusus, menerapkan metode *random sampling*, menggunakan peralatan riset dan analisis data untuk menguji kebenaran hipotesis. (Sugiyono dalam artikel Gumelar & Wibowo, 2023). Selain itu, cara ini juga memungkinkan pengumpulan data dari responden atau sampel dalam waktu yang relatif singkat dengan jumlah besar. Hal ini memungkinkan peneliti mendapatkan hasil penelitian secara efisien dan cepat. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada sejumlah individu yang relevan, seperti penyewa atau calon penyewa di Emerald Property. Responden penelitian ini adalah konsumen Emerald Property yang berjumlah 97 orang.

### **Objek Penelitian**

Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah perusahaan agen property bernama Emerald Property yang bergerak dalam bidang penyediaan layanan jual, beli, atau sewa properti. Perusahaan ini memiliki 3 cabang yang masing-masing beralamat di :

1. Mutiara Taman Palem (MTP) : Komplek Mutiara Taman Palem (MTP) Blok A3 no.21, Cengkareng Timur – Jakarta Barat.
2. Greenlake City : Rukan New Castle Blok B no.16, Cipondoh - Kota Tangerang.
3. Pantai Indah Kapuk (PIK) 2 : Ruko Osaka Boulevard Blok B no.1, PIK 2 - Kabupaten Tangerang.

### **Jenis Data dan Sumber Data**

Penelitian ini memanfaatkan data primer dan data sekunder. Data primer juga dikenal sebagai data internal, yaitu informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli. Dalam studi ini, data asli yang dimaksud adalah kuesioner yang dibagikan kepada beberapa responden konsumen Emerald Property. Sedangkan data eksternal

mengacu pada informasi yang berasal dari sumber di luar organisasi. Dalam studi ini, sumber data eksternal yang digunakan meliputi website, internet, buku, majalah dan data lainnya sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian ini.

### Populasi dan Sampel

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen Emerald Property antara lain Emerald Property Mutiara Taman Palem, Emerald Property Greenlake dan Emerald Property PIK 2. Selain itu, sampel biasanya berkisar antara 30 hingga 40, namun dalam penelitian ini menggunakan 97 sampel (Sugiyono dalam artikel Gumelar & Wibowo, 2023). Pendekatan pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yang dimana tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau individu dalam populasi untuk terpilih sebagai sampel. Pendekatan yang diterapkan adalah sampling acak, sebuah teknik pengambilan sampel yang melibatkan pemilihan sampel yang berdekatan dan mudah dijangkau dari populasi.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang akan diberikan kepada orang-orang yang relevan, seperti penyewa atau calon penyewa di Emerald Property. Kemudian, penulis memanfaatkan metode pengumpulan informasi dengan melakukan pencarian di literatur dan observasi dokumen.

### Operasional Variabel Penelitian

Diperlukan definisi operasional variabel agar variabel yang sedang diteliti dapat dijelaskan secara lebih konkret dan operasional sehingga dapat diukur dengan jelas dan akurat. Terdapat 4 variabel dalam penelitian ini, dimana 1 variabel merupakan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Harga, Kualitas Properti (Ruko), dan Kualitas Jasa dan sisanya merupakan variabel bebas (*independent variable*) yaitu Minat Sewa. Untuk memudahkan penyusunan instrumen penelitian, maka dibuat tabel operasional variabel sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1): Menurut (Tholok, Janamarta, & Wibowo, 2021) Indikator variabel harga antara lain penyediaan daftar harga, diskon, harga berkualitas, perbandingan harga kompetitif, harga terjangkau, kemudahan transaksi, informasi perubahan harga, harga sesuai, harga sesuai informasi.
2. Kualitas Properti (Ruko) (X2) : Menurut (Hasbiya & Manggala, 2022) berbagai indikator kualitas properti meliputi bentuk atau ukuran, fitur, kecocokan, kualitas pengerjaan dan kepatuhan kualitas.
3. Kualitas Jasa (X3) : Menurut (Ginny, Prameswari, & Farunik, 2022) Indikator Kualitas Jasa adalah keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepastian, ketelitian dan bukti langsung.
4. Minat Sewa (Y) : Menurut (Robiah & Adinugraha, 2022) Indikator minat sewa adalah keinginan untuk menyewa produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, insentif, dan mencari informasi.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan program SPSS 22 untuk melakukan analisis data, dengan beberapa teknik analisis yang digunakan seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Uji Data
  - a. Uji Validitas  
Sugiyono dalam (Sihombing, 2022, p.94) mengatakan validitas merujuk pada kemampuan suatu instrumen dalam mengukur hal yang dimaksud. Lakukan evaluasi setiap pertanyaan menggunakan metode analisis butir, yaitu memeriksa skor setiap pertanyaan dengan skor total yang didapatkan dari penjumlahan skor setiap pertanyaan. Syarat minimal untuk memenuhi syarat adalah ketika nilai  $r$  adalah 0,300. Jika hubungan antara item dan skor total kurang dari 0,300, item dianggap tidak valid dalam instrumen tersebut. .
  - b. Uji Reliabilitas  
Reliabilitas berasal dari istilah *reliability* yang merujuk pada kehandalan hasil pengukuran. Proses pengecekan keandalan kuesioner dilakukan melalui penggunaan metode Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha tinggi, maka instrumen dianggap dapat diandalkan.
2. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas  
Pengujian normalitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data observasi berdistribusi normal. Pemeriksaan kecukupan sering dilakukan dalam penelitian numerik untuk memverifikasi bahwa data yang diamati sesuai dengan persyaratan yang dibutuhkan oleh analisis statistik tertentu, seperti regresi atau uji t. Apabila data tidak berdistribusi normal, kemungkinan hasilnya tidak akan akurat. Maka, penting untuk mengetahui apakah data dalam keadaan normal atau tidak.

- b. Uji Multikolinearitas  
 Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi linier antar variabel *independent* dalam model regresi. *Variance Inflasi Faktor* (VIF) dan korelasi *Pearson* antar variabel independen merupakan alat statistik umum untuk menguji multikolinearitas. Model regresi yang efektif harus menghindari adanya multikolinearitas agar tidak mempengaruhi keakuratan estimasi koefisien regresi. Nilai VIF di atas 10 dapat menunjukkan adanya multikolinearitas.
  - c. Uji Autokorelasi  
 Pengujian autokorelasi dilakukan untuk mengecek apakah residu dalam model regresi saling terkait. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson. Nilai yang berada antara 1,5 hingga 2,5 menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki autokorelasi pada residu.
  - d. Uji Heterokedastisitas  
 Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam varians residu pada model regresi. Apabila ada beberapa tren dalam scatterplot, ini bisa menandakan adanya heterokedastisitas. Model regresi yang efektif harus bebas dari heteroskedastisitas.
3. Uji Model Statistik
    - a. Uji Regresi Linier Berganda  
 Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
    - b. Uji Korelasi Berganda  
 Pengujian ini digunakan untuk mencari hubungan antara dua atau lebih variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*. Korelasi berganda melibatkan hubungan pada saat yang sama antara dua atau lebih variabel independen, berbeda dengan uji korelasi linier yang hanya mengeksplorasi hubungan antara dua variabel independen dan satu variabel dependen..
    - c. Uji koefisien Berganda (*Adjusted R*)  
 Teknik uji koefisien berganda merupakan metode statistik untuk menilai korelasi antara beberapa variabel *independent* dengan satu variabel *dependent* dalam regresi berganda. Korelasi berganda adalah nilai yang menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent* yang dihitung dengan menggunakan korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi berganda (R<sup>2</sup>).
  4. Uji Hipotesis
    - a. Uji t (Uji Parsial)  
 Uji T digunakan untuk menilai apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat. Nilai signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah 0,05.
    - b. Uji F (Uji Simultan)  
 Uji F Simultan adalah metode statistik untuk menilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat keyakinan yang dipergunakan adalah 5% atau 0,5. Apabila nilai Fhitung melebihi nilai Ftabel, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif menyatakan bahwa pengaruh signifikan terhadap variabel dependen berasal dari semua variabel independen secara bersama-sama.

### III. HASIL

#### 1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel IV.1  
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,971 <sup>a</sup>	,942	,941	1,362

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa, Kualitas Properti (Ruko), Harga  
 Sumber : Hasil pengolahan data SPSS Ver.22

Dari tabel IV.1 diatas, dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,941. Hal ini menjelaskan bahwa harga, kualitas properti (ruko), dan kualitas layanan mempengaruhi sebesar 94,1% dari minat penyewa, dan faktor-faktor lain di luar variabel penelitian mempengaruhi sebesar 5,9%..

2. Tabel Uji Hipotesis  
 • Uji T

**Tabel IV.2**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,711	1,167		-,609	,544
Harga	,163	,065	,156	2,500	,014
Kualitas Properti (Ruko)	,280	,079	,260	3,558	,001
Kualitas Jasa	,585	,076	,578	7,645	,000

a. Dependent Variable: Minat Sewa  
 Sumber : Hasil pengolahan data SPSS Ver.22

Berdasarkan tabel IV.2 diatas, diperoleh persamaan regresi yaitu  $Y = -0,711 + 0,163X_1 + 0,280X_2 + 0,585X_3 + e$ . Kemudian dapat diketahui hasil uji parsial sebagai berikut:

1. Uji hipotesis pertama (H1): Diketahui nilai signifikansi pengaruh Harga terhadap Minat Sewa sebesar  $0,014 < 0,05$  dan nilai thitung  $2,500 > t_{tabel} 1,989$ ; oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti  $X_1$  (Harga) mempengaruhi  $Y$  (Minat Sewa).
2. Uji hipotesis kedua (H2): Diketahui nilai signifikansi pengaruh Kualitas Properti (Ruko) terhadap Minat Sewa sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai thitung  $3,558 > t_{tabel} 1,989$ ; oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  yang berarti  $X_2$  (Kualitas Properti (Ruko)) mempengaruhi  $Y$  (Minat Sewa).
3. Uji hipotesis ketiga (H3): Diketahui nilai signifikansi pengaruh Kualitas Jasa terhadap Minat Sewa sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $7,645 > t_{tabel} 1,989$ ; oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti  $X_3$  (Kualitas Jasa) mempengaruhi  $Y$  (Minat Sewa).

• Uji F

**Tabel IV.3**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2824,939	3	941,646	507,355	,000
Residual	172,607	93	1,856		
Total	2997,546	96			

a. Dependent Variable: Minat Sewa b. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa, Kualitas Properti (Ruko), Harga  
 Sumber : Hasil pengolahan data SPSS Ver.22

Berdasarkan tabel IV.3 diatas, F hitung mencapai 507,355, melebihi nilai F tabel yaitu sebesar 2,701; sementara nilai Sig adalah 0,00, kurang dari 0,05. Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menunjukkan adanya pengaruh bersama antara Harga, Kualitas Properti (Ruko), dan Kualitas Jasa terhadap Minat Sewa.

**IV. KESIMPULAN**

Berikut hasil pembahasan dari pengaruh harga, Kualitas Properti (Ruko), dan kualitas jasa terhadap minat sewa di Emerald Property:

1. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan mengenai hubungan antara harga ( $X_1$ ), Kualitas Properti (Ruko) ( $X_2$ ), dan kualitas jasa ( $X_3$ ) terhadap minat sewa ( $Y$ ) pada Emerald Property dengan menerapkan teknik analisis koefisien determinasi, persentase yang diperoleh adalah 94,1%, sementara 5,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Hasil persamaan regresi menunjukkan  $-0,711 + 0,163 + 0,280 + 0,585 + e$  jadi setiap kenaikan atau penurunan harga sebanyak 1 poin, maka minat sewa pada Emerald Property akan mengalami peningkatan atau penurunan

sebesar 0,163; setiap kenaikan atau penurunan Kualitas Properti (Ruko) sebanyak 1 poin, maka minat sewa pada Emerald Property akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,280; setiap kenaikan atau penurunan kualitas jasa sebanyak 1 poin, maka minat sewa pada Emerald Property akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,585. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh yang signifikan, dimana peningkatan atau penurunan kualitas jasa dapat mempengaruhi minat sewa pada Emerald Property.

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis mengenai harga, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,500; untuk variabel Kualitas Properti (Ruko) didapatkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 3,558; sedangkan untuk variabel kualitas jasa, nilai  $t_{hitungnya}$  adalah 7,645; sementara itu, nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,986. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel harga, Kualitas Properti (Ruko), dan kualitas jasa semuanya lebih besar dari  $t_{tabel}$ , yakni 1,986; ini berarti  $H_0$  ditolak, menunjukkan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh terhadap minat sewa di Emerald Property.
4. Berdasarkan hasil uji F, didapatkan  $F_{hitung}$  sebesar 507,355, yang lebih tinggi dari  $F_{tabel}$  yang hanya 2,701. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh bersamaan dari Harga, Kualitas Properti (Ruko), dan Kualitas Layanan terhadap Minat Sewa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ginny, P. L., Prameswari, R., & Farunik, C. G. (2022). *The Influence of Customer Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction On the Tokopedia Marketplace*. EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis - VOL. 1. NO. 3
- Gumelar, B. T. & Wibowo, F. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Diving Pada PT Captain Marine Indonesia. EMABI : Ekonomi dan Manajemen Bisnis.
- Hasbiya, S., & Manggala, I. (2022). Analisis Kualitas Properti (Ruko) dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Kprsyari'ah Non-Bank. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*.
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Nanda, D. S., & Kusnawan, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Costumer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Ace Hardware Indonesia. EMABI: Ekonomi dan Manajemen Bisnis -Vol.2no.2, 1-7.
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis.
- Pujiarti, Widiyanto, G., Suhartini, Kusnawan, A., & Ramdhani, D. (2023). Manajemen Operasional: Strategi Pencapaian Tujuan Entitas dan Riset Ekonomi. Boyolali: Ymic.
- Purba, M. F., & Wibowo, F. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dangerous Goods Care Pada PT. Skylight Multitrada. EMABI : Ekonomi dan Manajemen Bisnis - Vol. 2. No. 2, 1-7.
- Robiah, S., & Adinugraha, H. H. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Harga Dan Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa Jasa MUA. *Journal Economic And Strategy (JES)*.
- Sidik, S. H. (2019). Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak). Jakarta: Sinar Grafika.
- Sihombing, N. S. (2022). Lingkungan Bisnis Eksternal dan Keunggulan Daya Saing Dalam Kinerja Pemasaran. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Silaswara, D., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2022). Dampak Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace Di Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 62-87.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus Di PT. Erje London Chemical). *Eco-Buss*
- Widiyanto, G., & Wibowo, F. P. (2021). *Analysis Of The Effect Product Quality, Trustworthiness, Convenience, Perceptions Of Usefulness and Price On Purchase Intention During The Covid Pandemic 19*. *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 19 No. 1*, 1-10.
- Widiyanto, G., Sugandha, Hendra, Parameswari, R., & Kusnawan, A. (2020). *The Role Of Communication, Product Knowledge, Creativity and Empathy To Increase Purchase Interest. Test: Engineering & Management* , 783 – 796.