

Pengaruh View terhadap Peningkatan Harga Jual Apartemen di Kota Malang

Fajar Hanin Setyadi¹ dan Iwan Wibisono²

¹ Jurusan Arsitektur/Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

² Dosen Jurusan Arsitektur/Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

Alamat Email penulis: fajarhstyd@gmail.com

ABSTRAK

Bangunan apartemen merupakan jenis bangunan komersil sangat erat kaitannya dengan harga jual yang ditawarkan. Salah satu faktor yang memengaruhi perbedaan harga jual adalah pada faktor view. Setiap jenis view memiliki kualitas dan pengaruh yang berbeda terhadap harga jual. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap jenis view yang dimanfaatkan oleh apartemen di Kota Malang terhadap peningkatan harga jualnya. Penelitian dengan jenis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan objek studi tiga bangunan apartemen di Kota Malang dikaji menggunakan analisa studi kasus, analisa regresi linear, dan analisa regresi log-linear berdasarkan data primer data sekunder yang telah dikumpulkan. Penelitian dilakukan pada variabel view didukung dengan variabel fisik untuk memperoleh pengaruh terhadap peningkatan harga jual. Sehingga ditemukan bahwa pada apartemen di Kota Malang terdapat beberapa view yang dapat dimanfaatkan seperti pada Apartemen Malang City Point view ke arah bangunan apartemen dapat meningkatkan harga jual sebesar 0%, view kota meningkatkan 7,9%, view gunung 13,8%, view dengan tambahan fasilitas sebesar 16,6%, pada Apartemen Soekarno Hatta view ke arah makam menurunkan harga jual sebesar -2,7%, dan pada Apartemen Taman Melati variabel view tidak berpengaruh secara signifikan. penerapan.

Kata kunci: apartemen, view, harga jual

ABSTRACT

Apartment building is a kind of commercial building very closely related to the selling price offered. One factor that influences the difference in selling price is the view factor. Each type of view has a different quality and influence on the selling price. So the purpose of this study is to find out how much influence each type of view that is utilized by the apartment in Malang to increase the selling price. Research with descriptive qualitative and quantitative type with study object of three apartment buildings in Malang City was studied using case study analysis, linear regression analysis and log-linear regression analysis based on primary data of secondary data that have been collected. Research done on variable view supported by physical variable to get influence to increase selling price. So it was found that in the apartment in Malang City there are some view that can be utilized as in Apartment Malang City Point view towards apartment building can increase the selling price by 0%, city view increase 7.9%, view mountain 13.8%, view with 16.6% additional facilities, the Soekarno Hatta Apartment view towards the grave lowered the selling price by -2.7%, and the Taman Melati Apartment view variable did not significantly influence.

Keywords: apartment, view, price value

1. Pendahuluan

Bangunan apartemen merupakan bangunan yang di dalamnya terdapat unit-unit hunian berupa rumah maupun kamar yang disusun dalam bangunan bertingkat (Marlina, 2008). Pasal 1 UU nomor 20 tahun 2011 yang mengatur mengenai bangunan rumah susun bahwa apartemen juga dapat digolongkan ke dalam rumah bangunan rumah susun yang terdiri atas kumpulan unit hunian yang disusun secara fungsinya dalam suatu lingkungan dengan dilengkapi oleh fasilitas bersama untuk menunjang kegiatan penghuni apartemen pada kawasan tersebut. Bangunan apartemen berfungsi sebagai solusi permasalahan kepadatan penduduk dan kebutuhan akan hunian di kota-kota besar.

Bangunan apartemen merupakan bangunan komersil yang sangat erat kaitannya terhadap harga jual. Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi harga jual unit apartemen seperti lokasi, fasilitas dan fisik bangunan apartemen (Betts & Elly, 2001). Variabel fisik yang dijelaskan melalui luasan unit apartemen, jumlah kamar tidur, dan view pada tiap unit apartemen (Janssen, 2003). Akmal (2007) menyatakan bahwa view perkotaan lebih diminati dibandingkan pemandangan lainnya. Ketinggian lantai apartemen juga memengaruhi kualitas view yang didapatkan sehingga memengaruhi nilai jualnya, semakin tinggi letak suatu unit semakin tinggi harga dari apartemen tersebut.

View yang dapat dinikmati pada bangunan apartemen dibagi menjadi beberapa jenis view seperti view air, view ruang hijau, view industri, dan view kawasan komersil (Bishop et al. 2004). Pendapat lain mengenai pengelompokan view seperti view laut, view kota, view gunung, dan view ke gedung apartemen (Chan, Chung, Baldwin, & Lee, 2009). Sehingga berdasarkan pendapat para peneliti terdahulu dapat disimpulkan bahwa terdapat jenis view pada bangunan apartemen meliputi view eksisting alami, view eksisting non-alami, view buatan, dan view negatif. Setiap jenis view memiliki kualitas dan pengaruh yang berbeda terhadap harga jual unit. Pada apartemen di Kota Surabaya view perkotaan meruakan view yang paling diminati (Akmal, 2007). Apartemen di U.S. dengan adanya view yang menarik dapat meningkatkan nilai propertinya sebesar 29,3% (Roulac, 2006) dibandingkan dengan apartemen tanpa view. Sedangkan pada hunian vertikal di Nigeria, view laut dapat meningkatkan harga jual sebesar 47,9% (Makinde & Takunboh, 2013). Jenis view dan lokasi apartemen yang berbeda dapat menghasilkan pengaruh yang berbeda. Sehingga dalam penelitian ini kajian mengenai view yang dimanfaatkan pada apartemen di Kota Malang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh view tersebut terhadap peningkatan harga jual unit agar view di Kota Malang dapat dimanfaatkan secara maksimal.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan pada analisa studi kasus sedangkan pendekatan kuantitatif menggunakan analisa regresi untuk mengetahui keterkaitan variabel view terhadap peningkatan harga jual unit apartemen. Objek penelitian berupa apartemen di Kota Malang meliputi Apartemen Malang City Point, Apartemen Soekarno Hatta, dan Apartemen Taman Melati. Ketiga objek tersebut dilakukan pengumpulan data primer seperti wawancara, pengamatan langsung, dan pengumpulan data sekunder seperti brosur, pricelist, dan gambar rencana bangunan. Data tersebut kemudian diolah dan

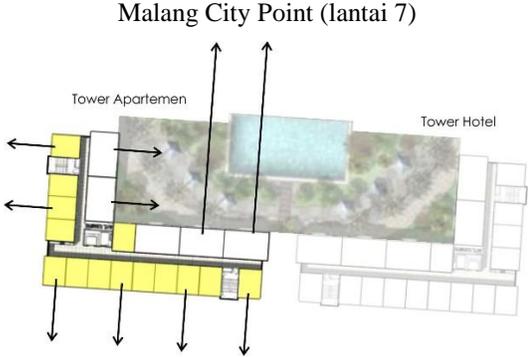
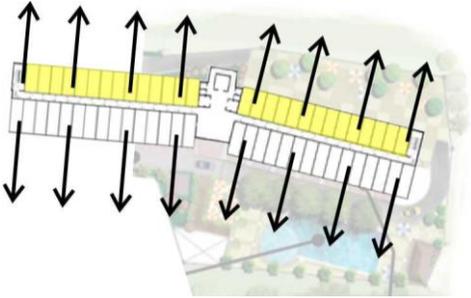
dianalisa menggunakan analisa regresi linear untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk mengetahui peningkatan harga jual unit terhadap variabel view maka dilakukan analisa regresi dengan model log-linier. Berdasarkan hasil analisa kemudian dapat diketahui view dengan pengaruh paling tinggi maupun rendah beserta tanggapannya terhadap konsep perancangan bangunan apartemen di Malang.

3. Hasil dan Pembahasan

Lingkup kajian dilakukan pada apartemen di Kota Malang meliputi Apartemen Malang City Point, Apartemen Soekarno Hatta, dan Apartemen Taman Melati. Setiap objek penelitian tersebut dilakukan analisa terhadap variabel view dan harga jual unit apartemennya.

3.1 Analisis Studi Kasus

Tabel 1. Orientasi Bangunan Apartemen di Kota Malang

Orientasi Apartemen (Utara ke atas)	Orientasi	View
 <p>Malang City Point (lantai 7)</p>	Barat	- Mountain
	Selatan	- Rear City
	Utara	- Pool
	Timur	- Pool
 <p>Soekarno-Hatta (lantai 2)</p>	Utara	- Kota Malang - Ruko Pertokoan
	Selatan	- Makam - Pool - DAS Brantas - Universitas

Orientasi Apartemen (Utara ke atas)	Orientasi	View
<p>Taman Melati (lantai 4)</p>	Timur Laut	- Gunung Arjuna
	Barat	- Gunung Kelud - Pool
	Barat Laut	- Gunung Kelud - Pool
	Tenggara	- Gunung Semeru
	Utara	- Gunung Arjuna
	Selatan	- Kota Malang

Dari ketiga objek apartemen yang diteliti dapat diketahui view apa saja yang dimanfaatkan pada apartemen di Kota Malang. View pada apartemen di Kota Malang dibedakan berdasarkan arah orientasi bangunan. View tersebut meliputi view eksisting alami seperti gunung, view eksisting buatan seperti kota, view buatan seperti fasilitas kolam renang, view normal seperti view bangunan apartemen itu sendiri, dan view negatif seperti makam.

3.2 Analisis View

Jenis view yang berbeda memiliki harga jual unit yang berbeda pada beberapa kasus apartemen di Malang. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan kualitas view yang memengaruhi harga jualnya. Dengan cara mencari harga per m² pada setiap view dihitung berdasarkan rumus berikut (Sulistyorini, 2013):

$$\text{Harga per m}^2 = \frac{(\text{Harga Unit View A lantai ke } - n) + (\text{Harga Unit View B lantai ke } - n)}{\text{Total Area Unit View A dan B}}$$

Hasil perhitungan tersebut kemudian digunakan untuk memperoleh hasil perhitungan harga unit berdasarkan harga per m² yang baru, luas unit, dan *k* adalah tipe unit (Sulistyorini, 2013).

$$\text{Nilai hasil perhitungan} = \text{Harga per m}^2 k \times \text{luas area unit } k$$

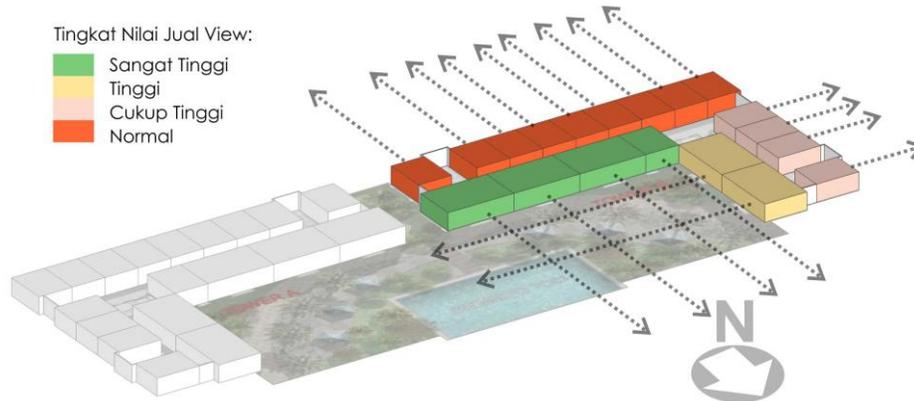
Harga jual unit hasil perhitungan yang lebih tinggi daripada harga jual asli menunjukkan bahwa tipe tersebut memiliki *view* dengan nilai jual yang lebih tinggi.

Tabel 2. Harga per m² Unit Apartemen Malang City Point Lantai 7 Hasil Perhitungan

Tipe	Luas	Orientasi	Harga Asli/m ²	Perhitungan/m ²	Selisih/m ²
1 ST	24.56 m ²	Barat	Rp 7.060.261	Rp 7.407.515	Rp (347.255)
1 ST	24.56 m ²	Selatan	Rp 6.653.094	Rp 7.407.515	Rp (754.421)
1 ST	24.56 m ²	Utara	Rp 7.874.593	Rp 7.407.515	Rp 465.042
2 BR	49.12 m ²	Utara	Rp 7.872.557	Rp 7.407.515	Rp 467.078
2 BR	49.12 m ²	Timur	Rp 7.259.772	Rp 7.407.515	Rp (147.743)

Pada selisih harga/m² harga asli dengan harga perhitungan dapat ditemukan urutan jenis view dengan kualitas terbaik hingga terendah. View dengan kualitas terbaik memiliki nilai positif tertinggi, sedangkan view kualitas terendah memiliki selisih nilai negatif tertinggi. Urutan kualitas view pada Apartemen Malang City Point, sebagai berikut:

1. Utara = Pool & Kota Malang
2. Timur = Pool
3. Barat = Gunung
4. Selatan = Kota Malang



Gambar 1. Tingkat Nilai Jual View Apartemen Malang City Point

Berdasarkan luas area hunian apartemen, rasio pembagian unit terhadap view pada setiap lantai adalah sebagai berikut:

1. Utara (Pool & Kota) = 171,92 m² = 1 unit (1 ST) + 3 unit (2 BR) = 29%
2. Timur (Pool) = 98,24 m² = 2 unit (2 BR) = 17%
3. Barat (Gunung) = 98,24 m² = 4 unit (1 ST) = 17%
4. Selatan (Kota) = 221,04 m² = 9 unit (1 ST) = 38%

Tabel 3. Harga Unit Apartemen Soekarno Hatta Hasil Perhitungan

Tipe	Luas	Orientasi	Harga Asli	Perhitungan
Studio	27.85 m ²	Utara	Rp 277.500.000	Rp 264.972.459
Executive	32.06 m ²	Selatan	Rp 292.500.000	Rp 305.027.541

Pengelompokan tipe unit berdasarkan view yang diperoleh terdapat dua jenis view dengan orientasi ke arah Utara dan Selatan. Penataan unit dengan tipe studio mengarah ke

Utara dan tipe executive menghadap ke Selatan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa harga jual asli pada tipe dengan orientasi Utara memiliki harga yang lebih tinggi dari harga hasil perhitungan berdasarkan harga per m². Harga yang lebih tinggi tersebut disebabkan oleh pengaruh view yang dapat dinikmati oleh pengguna tipe studio berupa pemandangan Kota Malang.

Pada bangunan Apartemen Soekarno Hatta, penurunan nilai jual akibat adanya makam tersebut ditanggapi dengan perluasan unit tipe executive (Selatan) yang lebih luas daripada tipe studio (Utara). Untuk meningkatkan kualitas view pada sisi Selatan, Apartemen Soekarno Hatta memberikan tambahan view berupa landscape dan fasilitas kolam renang.



Gambar 2. Tingkat Nilai Jual View Apartemen Soekarno Hatta

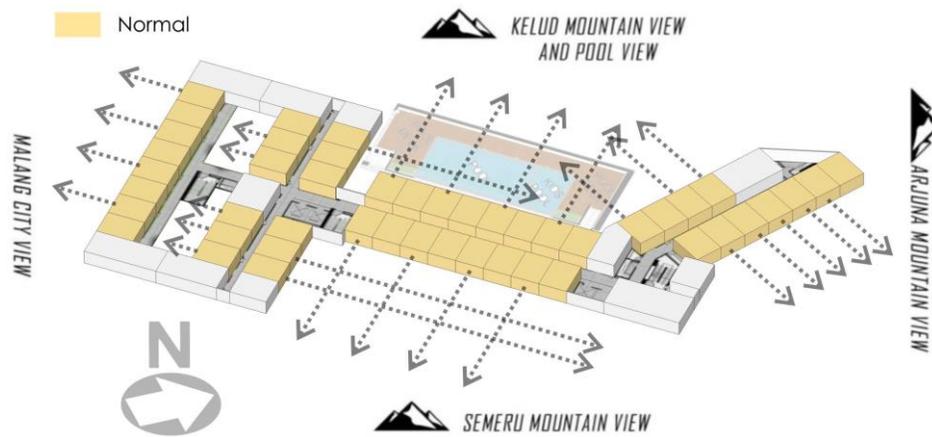
Berdasarkan luas area hunian apartemen, rasio pembagian unit terhadap view pada setiap lantai adalah sebagai berikut:

- | | | | | |
|----|----------------|------------------------|-----------------------|-------|
| 1. | Utara (Kota) | = 779,8 m ² | = 28 unit (studio) | = 45% |
| 2. | Selatan (Pool) | = 961,8 m ² | = 30 unit (executive) | = 55% |

Tabel 4. Harga Hasil Perhitungan Unit Apartemen Taman Melati Tipe Studio Lantai 4

Tipe	Luas	View	Harga Asli	Harga Perhitungan
Studio	22,25 m ²	Arjuna Mountain	Rp 397.960.000	Rp 397.960.000
Studio	22,25 m ²	Kelud Mountain & Pool	Rp 397.960.000	Rp 397.960.000
Studio	22,25 m ²	Semeru Mountain	Rp 397.960.000	Rp 397.960.000
Studio	22,25 m ²	Malang City	Rp 397.960.000	Rp 397.960.000

Berdasarkan data harga jual unit di atas, harga asli dengan harga hasil perhitungan tidak ditemukan perbedaan pada semua jenis view. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada tipe unit yang sama (studio), view dan orientasi tidak memberikan pengaruh terhadap harga jual. Dengan kata lain perbedaan view seperti Gunung Arjuna, Gunung Kelud, Kolam Renang, Gunung Semeru, Kota Malang, dan view lainnya dianggap memiliki nilai jual yang sama.



Gambar 3. Tingkat Nilai Jual View Apartemen Taman Melati

3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam hal ini terdapat data kuantitatif berupa harga jual, ketinggian lantai, jenis view, dan kedekatan dengan fasilitas secara visual yang digunakan sebagai variabel yang diteliti. Variabel view yang digunakan hanya jenis view yang dapat dilihat dari apartemen di Kota Malang berdasarkan hasil observasi dan penelitian terdahulu. Terdapat lima jenis view berbeda yang digunakan sebagai data nominal. Harga sebagai indikator nilai jual pada unit apartemen di Kota Malang. Di bawah ini merupakan representasi dari variabel yang diteliti:

Tabel 5. Variabel Penelitian

Variabel	Notasi	Koefisien	Besaran / satuan
Harga Jual (dependen)	y	-	Harga dalam rupiah
Ketinggian Lantai	x ₁	b ₁	Dihitung dari lantai dasar (ground = 1)
Luas Unit	x ₂	b ₂	Dalam meter persegi (m ²)
View Bangunan	x ₃	b ₃	Terlihat = 1, tidak terlihat = 0
View Kota	x ₄	b ₄	Terlihat = 1, tidak terlihat = 0

Variabel	Notasi	Koefisien	Besaran / satuan
View Gunung	x_5	b_5	Terlihat = 1, tidak terlihat = 0
View Fasilitas	x_6	b_6	Terlihat = 1, tidak terlihat = 0
View TPU	x_7	b_7	Terlihat = 1, tidak terlihat = 0
Kedekatan Fasilitas	x_8	b_8	Jauh = 0, cukup dekat = 1, dekat = 2, sangat dekat = 3

Analisa regresi linear berganda dilakukan dalam dua model, yakni model linear dan model log-linear. Model linear berfungsi untuk mengetahui besaran koefisien pada setiap variabel. Pada tahap analisa dalam model linear, beberapa variabel yang tergolong dalam variabel kategorik (nominal dan ordinal) ditingkatkan menjadi data skala rasio. Sedangkan dalam model log-linear variabel dependen (harga jual) ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma (\ln) untuk mengetahui tingkat perubahan harga jual akibat variabel independen yang diteliti.

Tabel 6. Nilai Koefisien Variabel Independen Apartemen Malang City Point

	Linear Model		Log-linear Model	
	Koefisien	Sig.	Koefisien	Sig.
Constant (a)	- 90.284.707	0,000	18,041	0,000
Ketinggian lantai (x_1)	2.331.959	0,000	0,009	0,000
Luas Unit (x_2)	9.563.878	0,000	0,034	0,000
View Apartemen (x_3)	-	-	-	-
View Kota (x_4)	30.033.333	0,000	0,079	0,000
View Gunung (x_5)	40.033.333	0,000	0,138	0,000
View Fasilitas (x_6)	30.000.000	0,000	0,166	0,000
Kedekatan Fasilitas (x_8)	4.674.204	0,000	0,018	0,000
Std. Error (e)	2.476.253	0,000	0,002	0,000
F value	15.760	0,000	417.342,661	0,000
Adjusted R2	0,999	0,000	1,000	0,000

Dari hasil analisa di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan variabel independen ketinggian lantai, luas unit, view kota, view gunung, view fasilitas, dan kedekatan fasilitas yang memengaruhi variabel dependen secara positif. Hal ini berarti bahwa pada setiap kenaikan nilai variabel independen dapat meningkatkan harga jual unit. Namun terdapat satu variabel independen yakni variabel view apartemen yang tidak memengaruhi peningkatan harga jual unit apartemen.

Berdasarkan pengamatan pada model log-linear, dapat diketahui bahwa variabel view dapat meningkatkan harga jual unit sebesar 0% pada view ke arah apartemen, 7,9% pada view ke arah kota, 13,8% pada view ke arah gunung, dan 16,6% pada view dengan tambahan fasilitas kolam renang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa view dengan tambahan fasilitas seperti kolam renang memiliki pengaruh tertinggi dalam meningkatkan harga jual unit Apartemen Malang City Point.

Tabel 7. Nilai Koefisien Variabel Independen Apartemen Soekarno Hatta

	Linear Model		Log-linear Model	
	Koefisien	Sig.	Koefisien	Sig.
Constant (<i>a</i>)	51.467.032	0,000	18,959	0,000
Ketinggian lantai (<i>x</i> ₁)	906.469	0,061	0,004	0,078
Luas Unit (<i>x</i> ₂)	7.977.987	0,000	0,017	0,000
<i>view</i> sungai (<i>x</i> ₅)	-	-	-	-
<i>view</i> fasilitas (<i>x</i> ₆)	-	-	-	-
<i>view</i> makam (<i>x</i> ₇)	- 19.676.559	0,000	- 0,027	0,099
Kedekatan Fasilitas (<i>x</i> ₈)	1.365.338	0,745	0,007	0,716
Std. Error (<i>e</i>)	10.348.584	0,000	0,045	0,000
F value	867	0,000	417.342,661	0,000
Adjusted R2	0,999	0,000	1,000	0,000

Dari hasil analisa di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan variabel independen ketinggian lantai, luas unit, dan kedekatan fasilitas yang memengaruhi variabel dependen secara positif. Hal ini berarti bahwa pada setiap kenaikan nilai variabel independen dapat meningkatkan harga jual unit. Namun terdapat variabel *view* makam yang bernilai negatif yang berarti *view* ke arah makam dapat mengurangi nilai jual unit apartemen. Selain itu juga terdapat dua variabel independen yakni variabel *view* sungai dan *view* fasilitas yang tidak memengaruhi peningkatan harga jual unit apartemen atau bernilai konstan.

Berdasarkan pengamatan pada model log-linear, dapat diketahui bahwa variabel *view* ke arah makam dapat menurunkan harga jual unit sebesar 2,7%. Meskipun angka signifikansi pada variabel *view* makam menunjukkan angka 0,099 (Sig. > 0,05) dan tidak terlalu berpengaruh secara signifikan, penurunan akibat *view* makam memiliki dampak yang cukup tinggi. Sedangkan pada variabel ketinggian lantai memengaruhi harga jual sebesar 0,4%.

Nilai koefisien pada standart error masih cukup tinggi atau senilai 10.348.584. Hal ini dapat terjadi karena pada Apartemen Soekarno Hatta, variabel kedekatan dengan fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan (Sig. > 0,05) terhadap peningkatan harga jual.

Tabel 8. Nilai Koefisien Variabel Independen Apartemen Taman Melati

	Linear Model		Log-linear Model	
	Koefisien	Sig.	Koefisien	Sig.
Constant (<i>a</i>)	- 510.637	0,180	19,230	0,000
ketinggian lantai (<i>x</i> ₁)	1.111.321	0,000	0,001	0,165
luas unit (<i>x</i> ₂)	17.731.991	0,000	0,027	0,000
<i>View</i> kota (<i>x</i> ₃)	- 63.348	0,853	0,018	0,317
<i>View</i> Gunung Arjuna (<i>x</i> ₄)	43.547	0,874	- 0,003	0,851
<i>View</i> Gunung Kelud (<i>x</i> ₅)	- 72.721	0,828	0,051	0,004
<i>View</i> Gunung Semeru (<i>x</i> ₆)	43.547	0,874	- 0,003	0,851
<i>View</i> pool (<i>x</i> ₇)	117.708	0,802	- 0,014	0,579
Kedekatan fasilitas (<i>x</i> ₈)	- 516.831	0,105	- 0,002	0,887

	Koefisien	Sig.	Koefisien	Sig.
Std. Error (<i>e</i>)	953.160	0,000	0,045	0,000
F value	1.245.857	0,000	1051	0,000
Adjusted R2	1,000	0,000	0,982	0,000

Berdasarkan hasil analisa di atas menunjukkan bahwa pada variabel view ke berbagai arah dan kedekatan unit terhadap fasilitas tidak memengaruhi harga jual unit secara signifikan (Sig. > 0,05). Hal ini berarti adanya perbedaan view dan orientasi tidak memengaruhi peningkatan harga jual unit. Pada Apartemen Taman Melati, peningkatan harga jual unit hanya dipengaruhi secara signifikan oleh variabel ketinggian lantai dan luas unit (Sig. < 0,05). Variabel ketinggian lantai dan luas unit bernilai positif yang berarti setiap adanya peningkatan nilai pada variabel tersebut maka akan meningkatkan harga jual unit apartemen.

4. Kesimpulan

View yang dimanfaatkan pada bangunan apartemen di Kota Malang meliputi view eksisting alami (gunung), eksisting non-alami (kota), buatan (fasilitas), dan view mati (makam). Kualitas view eksisting terbaik adalah pada view ke arah kota dengan tambahan fasilitas pool pada Apartemen Malang City Point. Peningkatan harga jual berdasarkan view secara horizontal meliputi view bangunan apartemen atau view normal sebesar 0%, view eksisting Kota sebesar 7,9%, view eksisting gunung 13,8%, view dengan tambahan pool atau view buatan 16,6%, dan view negatif seperti makam sebesar -2,7%.

Konsep apartemen di Kota Malang hendaknya dapat memaksimalkan potensi view di Kota Malang. Dalam memaksimalkan view, perlu penyesuaian lebih lanjut terkait faktor lain yang memengaruhi kenyamanan pengguna apartemen. Jenis dan kualitas view pada setiap lokasi dapat berbeda-beda berdasarkan lokasi tapak. Pada penelitian selanjutnya hendaknya dilakukan penelitian terhadap variabel lain seperti, fasade bangunan, kedekatan unit dengan fasilitas, tema.

Daftar Pustaka

- Akmal, I. (2007). Menata Apartemen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Betts, R. M., & Elly, J. S. (2001). Basic Real Estate Appraisal (5th ed.). Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River: New Jersey.
- Chan, E., Chung, Y. Y., Baldwin, A., & Lee, G. (2009, 6 5). Value of Building with Design Features for Healthy Living: a Contingent Valuation Approach. Facilities, Facilities.
- Janssen, C. T. (2003). A Market Comparison Approach for Apartment Building. The Journal of Real Estate Research, Vol. 25 No.2, 77-86.
- Makinde, O. L., & Tokunboh, O. O. (2013). Impact of Water View on Residential Properties House Pricing. American Real Estate Society Conference in Kigali, Rwanda, 23-26 October 2013.
- Marlina, E. (2008). Panduan Perancangan Bangunan Komersial. Yogyakarta: Andy Offset.
- Roulac, S. E. (2006, 5 25). Brand+Beauty+Utility = Property Value. Property Management, 428-448.