

KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH GENERASI MILENIAL KOTA MALANG

Rengga Eka Sarvian Mangun Redjo³, Maranatha Wijayaningtyas², Tiong Iskandar³

^{1,3} Program Pasca Sarjana Teknik Sipil, Institut Teknologi Nasional Malang, Indonesia-65140

ABSTRAK

Generasi milenial merupakan kelompok konsumen yang cenderung lebih teliti sebelum membeli produk. Oleh karena itu bagi pengembang perumahan yang menjadikan generasi milenial sebagai konsumen rumah perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah generasi milenial, sehingga rumah yang dibangun sesuai dengan kebutuhan generasi milenial.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh faktor persepsi kontrol perilaku dan minat beli terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang. Metode pada penelitian ini, menggunakan metode PLS (*partial least square*) dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif sebesar 0,61, dan minat berpengaruh positif sebesar 0,04 terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang. Selain itu, hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah, sedangkan minat beli diketahui berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Kata Kunci : Generasi milenial, keputusan pembelian, minat beli, metode pls, rumah.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan jumlah penduduk yang tidak diikuti dengan pembangunan rumah yang memadai tentu akan menyebabkan masalah kebutuhan tempat tinggal. Hal ini dikarenakan semakin tinggi peningkatan jumlah penduduk maka jumlah kebutuhan rumah juga akan meningkat. Tingginya jumlah masyarakat yang memerlukan tempat tinggal diprediksi akan terus meningkat hingga 2030, Indonesia diprediksi akan mendapat bonus demografi yakni jumlah penduduk usia produktif lebih besar daripada penduduk usia tidak produktif (medcom.id, 2020).

Peningkatan jumlah penduduk usia produktif ini secara khusus dapat dilihat dari tingkat pertumbuhan penduduk yang terjadi di Kota Malang. Berdasarkan data pada tahun 2011 diketahui jumlah penduduk Kota Malang dalam usia produktif (25-40 tahun) mencapai 252.965 jiwa, jumlah tersebut diketahui meningkat sebesar 5,49% menjadi 266.862 jiwa di tahun 2020 (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2020). Peningkatan jumlah penduduk tersebut mengindikasikan akan terjadi peningkatan terhadap jumlah kebutuhan rumah. Hal ini membuka peluang bagi para pengembang perumahan di Kota Malang untuk mengembangkan bisnis perumahan dengan penduduk usia produktif sebagai target pasar penjualan rumah.

Penduduk usia produktif saat ini lebih dikenal dengan generasi milenial atau generasi Y. Generasi milenial menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah kelompok penduduk yang lahir di tahun 1978-2000 (Wijayaningtyas & Nainggolan, 2020). Menurut Wijayaningtyas et al. (2019), perkembangan teknologi saat ini dengan mudah mempengaruhi generasi milenial untuk mengonsumsi dan membeli produk yang diinginkan. Noh dan Mosier (2014) dalam Wijayaningtyas (2017) juga menjelaskan bahwa generasi Y merupakan kelompok konsumen yang berpotensi menjadi daya tarik bagi pemasar karena memiliki kecerdasan dalam teknologi, mudah memperoleh informasi tentang suatu produk serta berani mengambil resiko. Konsumen generasi milenial diketahui suka membelanjakan uang namun dengan banyaknya produk yang tersedia juga cenderung lebih teliti sebelum membeli sebuah produk (intipesan.com, 2018).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa generasi milenial merupakan kelompok konsumen yang mudah memperoleh informasi mengenai suatu produk dan cenderung lebih teliti sebelum membeli. Oleh karena itu bagi pengembang perumahan yang ingin menjadikan generasi milenial sebagai konsumen, harus lebih memahami kebutuhan generasi milenial. Pengembang perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah generasi milenial agar rumah yang dibangun sesuai dengan kebutuhan generasi milenial serta meningkatkan keputusan pembelian rumah generasi milenial.

Hal ini yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Keputusan Pembelian Rumah Generasi Milenial Kota Malang**", tujuannya yaitu menganalisis pengaruh faktor persepsi kontrol perilaku dan minat beli rumah terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang serta membuktikan hipotesis yang berkaitan dengan keputusan pembelian

rumah. Harapan peneliti terkait hasil penelitian ini adalah dapat memberi manfaat kepada pengembang perumahan agar mengetahui tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah generasi milenial.

2. LANDASAN TEORI

Rumah

Rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta aset bagi pemiliknya [11]. Dalam penyelenggaraan rumah, jenis rumah dibedakan menjadi (Kementerian Perumahan Rakyat Republik Indonesia, 2012):

1. Rumah umum adalah rumah yang diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah.
2. Rumah komersial adalah rumah yang diselenggarakan untuk mendapatkan keuntungan.
3. Rumah mewah adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
4. Rumah menengah adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 1 (satu) sampai dengan 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
5. Rumah sederhana adalah rumah umum yang dibangun di atas tanah dengan luas kavling antara 60 m² sampai dengan 200 m² dengan luas lantai.

Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan kelompok demografi setelah generasi X yang dikenal dengan sebutan generasi Y atau Gen Y. Generasi milenial menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah kelompok penduduk yang lahir di tahun 1978-2000 (Wijyaningtyas & Nainggolan, 2020). Menurut Wijyaningtyas et al. (2019), perkembangan teknologi saat ini dengan mudah mempengaruhi generasi milenial untuk mengkonsumsi dan membeli produk yang diinginkan. Selain itu, menurut Noh dan Mosier (2014) dalam Wijyaningtyas (2017) menjelaskan bahwa generasi Y merupakan kelompok konsumen yang berpotensi menjadi daya tarik bagi pemasar karena memiliki kecerdasan dalam teknologi, mudah memperoleh informasi tentang suatu produk serta berani mengambil resiko. Konsumen generasi milenial diketahui suka membelanjakan uang namun dengan banyaknya produk yang tersedia juga cenderung lebih teliti sebelum membeli sebuah produk (intipesan.com, 2018).

Persepsi Kontrol Perilaku dan Keputusan Pembelian

Persepsi kontrol perilaku menggambarkan persepsi seseorang tentang kemudahan atau kemampuan seseorang melakukan perilaku (Ajzen et al., (1991) Wijyaningtyas et al., 2019). Dari pendapat tersebut, dapat ditafsirkan bahwa perilaku yang timbul karena persepsi kontrol perilaku terjadi, apabila individu memiliki pemahaman dan keyakinan diri untuk melakukan suatu tindakan.

Berdasarkan penelitian Nawawi (2018), diketahui bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk membuktikan hal tersebut, maka pada penelitian ini dilakukan analisis pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang. Dengan demikian hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu:

H1 : Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang.

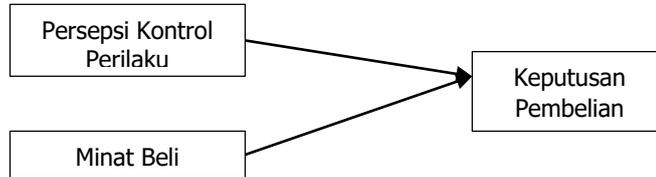
Minat Beli dan Keputusan Pembelian

Minat beli merupakan rencana sadar individu untuk melakukan upaya membeli suatu produk (Chi et al. (2011) dalam Listyoningrum & Albari, 2012). Minat beli merupakan bentuk kehendak seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Dalam penelitian sebelumnya diketahui bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin tinggi minat beli akan mengakibatkan keputusan pembelian juga tinggi (Septifani et al., 2014). Untuk membuktikan hal tersebut, maka dalam penelitian dilakukan analisis pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang. Oleh karena itu diperoleh hipotesis penelitian adalah:

H2 : Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang.

Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan penjelasan teori dan hipotesis penelitian, maka diperoleh suatu konsep penelitian yang dapat digambarkan dalam kerangka pikir seperti pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yang membuktikan teori dan hipotesis melalui pengukuran data yang diperoleh dari sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan kuesioner. Studi merupakan pengumpulan data berupa teori dan hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pendukung penelitian. Sedangkan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengambil data dari sampel penelitian yang diperoleh dengan cara menggunakan sejumlah pernyataan atau indikator, data tersebut akan dianalisis untuk memperoleh hasil penelitian.

Populasi dan sampel

Pada penelitian ini, yang dianggap sebagai populasi penelitian adalah jumlah penduduk milenial di Kota Malang yang memiliki rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah populasi penduduk Kota Malang usia 25 tahun sampai 40 tahun adalah sebanyak 266.862 orang (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2020). Untuk menentukan jumlah sampel penelitian digunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel penelitian
- N = Jumlah populasi
- e = batas toleransi kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus (1) diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Adapun kriteria sampel penelitian yang dianggap sebagai responden adalah generasi milenial Kota Malang dengan umur 25 tahun sampai 40 tahun yang sudah pernah membeli rumah.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian meliputi:

- a. Variabel independen atau variabel bebas yang menjadi sebab berubahnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Persepsi kontrol perilaku (X1)

Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi generasi milenial mengenai kualitas bangunan dan harga rumah terhadap pembelian rumah. Indikator yang digunakan untuk menjelaskan persepsi kontrol perilaku, yaitu:

- Persepsi proses pembangunan rumah (X1.2).
- Persepsi biaya perawatan rumah (X1.2).
- Persepsi rumah terlihat nyaman (X1.3).
- Persepsi harga rumah sesuai dana (X1.4).
- Persepsi harga cicilan rumah sesuai kemampuan (X1.5).

Minat beli (X2)

Minat beli adalah kehendak generasi milenial untuk melakukan pembelian rumah. Indikator yang digunakan untuk menjelaskan minat beli, yaitu:

- Rencana pembelian rumah minimalis (X2.1).
 - Rencana pembelian rumah modern minimalis (X2.2).
 - Rencana pembelian rumah mewah (X2.3).
- b. Variabel dependen atau variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai variabel dependen adalah:

Keputusan pembelian (Y1)

Keputusan pembelian adalah tanggapan generasi milenial mengenai keputusannya membeli rumah. Indikator yang digunakan untuk menjelaskan keputusan pembelian adalah:

- Tanggapan puas dengan keputusan membeli rumah (Y1.1).
- Tanggapan keputusannya tepat untuk membeli rumah (Y1.2).
- Tanggapan puas dengan kualitas rumah (Y1.3).

Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran yang menunjukkan tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan. Dalam skala likert tingkat persetujuan diukur melalui dari 5 pilihan jawaban yang terdiri dari:

- Sangat tidak setuju nilainya 1
- Tidak setuju nilai 2
- Cukup setuju nilainya 3
- Setuju nilainya 4
- Sangat setuju nilainya 5

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian terdiri dari pengujian validitas dan pengujian reliabilitas alfa cronbach. Dalam pengujian validitas, instrumen dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisien r hitung > rtabel. Sedangkan dalam pengujian reliabilitas, instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisien alfa cronbach's memiliki nilai > 0.6. Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian validitas dan reliabilitas alfa cronbach's dapat dilihat pada persamaan 2 dan 3.

$$r = \frac{n \cdot \Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{\sqrt{[n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2] \cdot [n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}} \quad (2)$$

Sumber: Riduwan dalam Puka (2019)

Keterangan:

- r = koefisien korelasi antar butir dan soal
- n = jumlah responden
- X = skor butir pertanyaan
- Y = skor total

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\Sigma S_i^2}{S_t^2}\right) \quad (3)$$

Sumber: Sugiyono dalam Puka (2019)

Keterangan:

- ri = reliabilitas instrumen (nilai *Alpha Cronbach's*)
- k = jumlah instrumen
- S_t² = varian total
- Σ S_i² = jumlah varian skor tiap item

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari metode PLS (*partial least square*) dan pengujian hipotesis, dengan menggunakan program bantu *WarPPLS*.

1. Metode PLS

Pada analisis metode PLS terdapat tahapan analisis yang digunakan antara lain:

- Membuat konstruk PLS berdasarkan hipotesis penelitian.
- Pengukuran *outer model* merupakan model pengukuran yang mengukur validitas dan reliabilitas instrumen saat digunakan dalam model PLS. Pada penelitian ini, pengukuran

validitas diukur berdasarkan nilai koefisien *Correlation Variable With Square AVE* dengan ketentuan valid apabila nilai korelasi instrumen pada variabel asal lebih besar dari nilai korelasi terhadap variabel lain. Sedangkan pengukuran reliabilitas diukur berdasarkan nilai koefisien *composite reliability* dengan ketentuan reliabel apabila memiliki nilai koefisien lebih besar dari 0,7.

- Evaluasi *inner model* digunakan untuk mengukur kemampuan konstruk PLS dalam memprediksikan pengaruh antar variabel penelitian. Kemampuan konstruk dilihat berdasarkan nilai koefisien Tenenhaus GoF (*Good of Fit*) yang diperoleh dari hasil analisis dengan kriteria tingkatan model yaitu model lemah (nilai GoF ≥ 0.1), model sedang (nilai GoF ≥ 0.25 , dan model kuat (nilai GoF ≥ 0.36).
- Hasil Analisis dengan menggunakan program WarpPLS akan memberikan hasil berupa nilai koefisien β , R^2 , dan P. Penjelasan dari nilai koefisien tersebut adalah sebagai berikut:
 - a. Koefisien B menunjukkan nilai pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
 - b. Koefisien R^2 menunjukkan kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y.
 - c. Koefisien P digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian dengan membandingkan nilai P terhadap signifikansi 0,05.

2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai P yang diperoleh dari hasil analisis program WarpPLS terhadap nilai signifikansi 0,05. Adapun ketentuan pada pengujian hipotesis adalah:

- Hipotesis diterima apabila nilai $P < 0,05$.
- Hipotesis ditolak jika nilai $P > 0,05$.

4. HASIL DAN DISKUSI

Hasil Uji Instrumen

Sebelum uji instrumen dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan *pilot study* dengan mengambil data kuesioner secara acak dari 30 orang responden yang termasuk dalam kriteria responden penelitian. Berdasarkan data tersebut, kemudian dilakukan uji instrumen yang terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas *alpha cronbach's* untuk mengetahui kevalidan dan reliabilitas instrumen penelitian. Adapun hasil dari pengujian validitan dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Persepsi Kontrol Perilaku (X1)	X1.1	0,761	0,361	Valid
	X1.2	0,769	0,361	Valid
	X1.3	0,874	0,361	Valid
	X1.4	0,841	0,361	Valid
	X1.5	0,829	0,361	Valid
Minat Beli (X2)	X2.1	0,880	0,361	Valid
	X2.2	0,786	0,361	Valid
	X2.3	0,902	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y1)	Y1.1	0,868	0,361	Valid
	Y1.2	0,909	0,361	Valid
	Y1.3	0,825	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 1 diketahui hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,361. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen valid digunakan untuk mengumpulkan data kuesioner dari 100 responden.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Instrumen	Cronbach's Alpha (ri)	Keterangan
Persepsi Kontrol Perilaku (X1)	5	0,869	Reliabel
Minat Beli (X2)	3	0,814	Reliabel

Keputusan Pembelian (Y1)	3	0,828	Reliabel
--------------------------	---	-------	----------

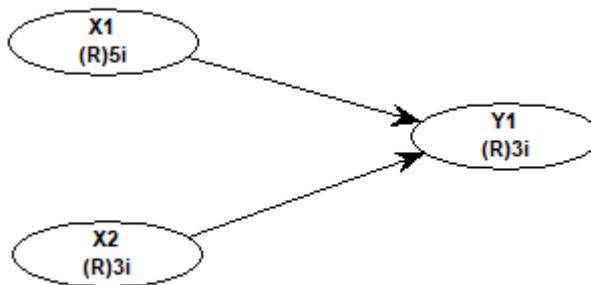
Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki nilai koefisien *alpha cronbach's* lebih besar dari 0,6. Hasil ini menjelaskan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel, sehingga layak digunakan untuk mengumpulkan data kuesioner dari 100 responden.

Hasil Analisis Data

Berdasarkan data kuesioner yang diperoleh dari 100 orang responden, data tersebut kemudian dianalisis menggunakan program WarpPLS untuk memperoleh hasil penelitian. Dengan menggunakan program bantu WarpPLS, dilakukan analisis data dengan metode PLS dan pengujian hipotesis. Adapun hasil yang diperoleh adalah besar pengaruh antar variabel yang diteliti dan hasil uji hipotesis penelitian yang secara jelas dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Konstruksi Metode PLS

Berdasarkan hipotesis penelitian diperoleh bentuk konstruk PLS seperti gambar 2.



Gambar 2. Konstruksi PLS

Keterangan:

X1 = Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

X2 = Variabel Minat Beli

Y1 = Variabel Keputusan Pembelian

2. Pengukuran *outer model*

Berdasarkan analisis program *WarpPLS* diperoleh hasil analisis yaitu seperti pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Hasil Pengukuran Validitas Koefisien *Correlation Variable With Square AVE*

	X1	X2	Y1
X1	0.701	0.427	0.626
X2	0.427	0.724	0.297
Y1	0.626	0.297	0.885

Tabel 3 menunjukkan bahwa instrumen penelitian pada masing-masing variabel valid secara diskriminan. Hal ini ditunjukkan, berdasarkan nilai korelasi akar kuadrat AVE dari masing-masing variabel lebih besar daripada nilai koefisien korelasi terhadap variabel lain. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian valid digunakan dalam model PLS.

Tabel 4. Hasil Pengukuran Reliabilitas Koefisien *Composite Reliability*

Variabel	CR	Keterangan
X1	0.825	Reliabel
X2	0.764	Reliabel
Y1	0.915	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa hasil pengukuran reliabilitas menunjukkan semua variabel memiliki nilai koefisien *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Hal ini menjelaskan bahwa variabel penelitian tersebut reliabel, sehingga layak digunakan dalam model penelitian.

3. Evaluasi *inner model*

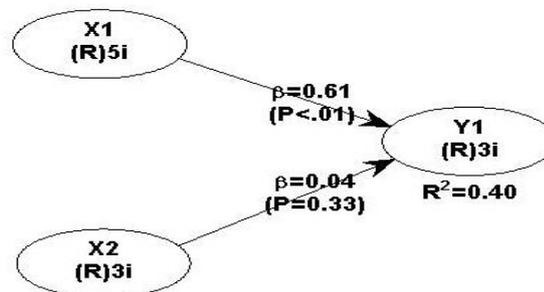
Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien GoF = 0,488, hasil ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian termasuk model kuat karena memiliki nilai koefisien GoF > 0,36. Dengan demikian dapat dianggap bahwa model penelitian layak digunakan untuk memprediksikan pengaruh terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial di Kota Malang. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Pengukuran *Inner Model*

Model fit and quality indices
Average path coefficient (APC)=0.327, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.397, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.385, P<0.001
Average block VIF (AVIF)=1.212, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.569, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.488, small ≥ 0.1, medium ≥ 0.25, large ≥ 0.36
Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

4. Hasil analisis

Berdasarkan hasil analisis program WarpPLS diperoleh hasil seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Hasil Analisis Konstruk PLS

Berdasarkan gambar 3 diketahui bahwa variabel persepsi kontrol perilaku (X1) memiliki pengaruh positif sebesar 0,61 terhadap keputusan pembelian (Y1). Ini ditunjukkan oleh nilai koefisien $\beta = 0,61$ pada jalur X1 terhadap Y1, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap peningkatan keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang dipengaruhi persepsi kontrol perilaku sebesar 0,61. Selain itu juga diperoleh nilai koefisien $\beta = 0,04$ pada jalur X2 terhadap Y1, yang menunjukkan bahwa minat beli (X2) berpengaruh positif sebesar 0,04 terhadap keputusan pembelian (Y1). Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap peningkatan keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang dipengaruhi minat beli sebesar 0,04.

Adapun nilai $R^2 = 0,40$ pada Y1 menunjukkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku (X1) dan minat beli (X2) secara bersama-sama hanya mampu memberikan pengaruh sebesar 40% terhadap keputusan pembelian dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis didasarkan pada nilai koefisien P yang diperoleh dari hasil analisis program WarpPLS. Berdasarkan Gambar 3 diketahui bahwa pada jalur X1 terhadap Y1 diperoleh nilai $P < 0,01$, artinya nilai P lebih kecil dari signifikasi 0,05. Berdasarkan ketentuan, dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima sehingga dapat dibuktikan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian Nawawi (2018), yang diketahui bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa persepsi generasi milenial mengenai kualitas bangunan dan harga rumah dapat mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

Berdasarkan gambar 3, juga diketahui bahwa pada jalur X2 terhadap Y1 diperoleh nilai $P = 0,33$ lebih besar dari signifikasi 0,05. Sesuai ketentuan, hipotesis dinyatakan ditolak sehingga dapat dibuktikan bahwa minat beli berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan

pembelian rumah generasi milenial Kota Malang. Hasil tersebut, berbeda dengan hasil penelitian Septifani et al.(2014) yang menemukan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya perbedaan hasil penelitian ini, dapat disebabkan karena adanya perbedaan objek penelitian. Sebelumnya dalam penelitian Septifani et al.(2014), menggunakan objek penelitian yaitu konsumen minuman teh dalam kemasan RGB yang telah berusia diatas 18 tahun di Kota Malang. Sedangkan pada penelitian ini, yang dijadikan objek penelitian adalah konsumen rumah berusia 25 – 40 tahun yang sudah pernah membeli rumah. Selain itu juga dapat dijelaskan bahwa minat beli tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah, yaitu berdasarkan hasil analisis pengaruh diketahui minat beli hanya memberikan pengaruh kecil sebesar 0,04 terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Septifani et al.(2014), yang mengatakan bahwa semakin tinggi minat beli akan mengakibatkan keputusan pembelian juga tinggi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif sebesar 0,61 terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang.
2. Minat beli berpengaruh positif sebesar 0,04 terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang.
3. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang. Sedangkan minat beli berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian rumah generasi milenial Kota Malang.

Saran

Untuk meningkatkan keputusan pembelian rumah generasi milenial, disarankan kepada pengembang untuk membangun rumah berdasarkan pertimbangan terhadap faktor persepsi kontrol perilaku generasi milenial yang terdiri dari:

1. Persepsi kualitas bangunan, mencakup proses pembangunan rumah yaitu dengan menggunakan material berkualitas baik dan sesuai spesifikasi, pertimbangan biaya perawatan rumah dengan cara penggunaan material finishing yang lebih murah namun memiliki kualitas baik dan sesuai spesifikasi, sehingga dapat memberikan persepsi positif bagi calon konsumen untuk membeli rumah karena merasa rumah aman dan nyaman.
2. Persepsi harga yang mencakup harga rumah dan cicilan yang sesuai dengan kemampuan konsumen milenial, yaitu dengan cara membangun rumah dengan pertimbangan harga jual dapat dijangkau oleh target konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2020). *Jumlah Penduduk di Kota Malang Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2011-2020*. Malangkota.Bps.Go.Id. <https://malangkota.bps.go.id/dynamic/2020/06/09/231/jumlah-penduduk-di-kecamatan-lowokwaru-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2011-2020.html>
- intipesan.com. (2018). *Memahami Generasi Millennial sebagai Konsumen*. Wwww.Intipesan.Com. <https://www.intipesan.com/memahami-generasi-millennial-sebagai-konsumen/>
- Kementerian Perumahan Rakyat Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Menteri Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman Dengan Hunian Berimbang*. Kementerian Perumahan Rakyat Republik Indonesia.
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2012). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2(1), 40–51.
- medcom.id. (2020). *Pembangunan Rumah tak Sepadan dengan Jumlah Masyarakat*. Wwww.Medcom.Id. <https://www.medcom.id/properti/news-properti/aNrQnyxK-pembangunan-rumah-tak-sepadan-dengan-jumlah-masyarakat>
- Nawawi, M. T. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 72. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i1.1662>
- Puka, M. M. W. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan di Kabupaten Sikka, NTT*. Institut Teknologi Nasional Malang.
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218.

- Wijayaningtyas, M. (2017). Pengaruh Mediasi Sikap Generasi Y Terhadap Niat Beli Rumah Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 1(2), 71. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v1i2.7>
- Wijayaningtyas, M., Handoko, F., & Hidayat, S. (2019). The millennials' perceived behavioural control on an eco-friendly house purchase intention. *Journal of Physics: Conference Series*, 1375(1), 12060.
- Wijayaningtyas, M., & Nainggolan, T. H. (2020). The millennial generation purchase intention toward green residential building. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 2054–2059. <http://www.ijstr.org/final-print/feb2020/The-Millennial-Generation-Purchase-Intention-Toward-Green-Residential-Building.pdf>