

## PERAN PERILAKU SPEKULATIF DALAM MEMODERASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH GENERASI MILENIAL

Bobby Yerikho<sup>1</sup>, Jani Rahardjo<sup>1</sup> dan Christiono Utomo<sup>3</sup>

<sup>1 2</sup> Universitas Kristen Petra, Surabaya

<sup>3</sup> Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya

<sup>1</sup> b21190010@john.petra.ac.id, <sup>2</sup> jani@petra.ac.id, <sup>3</sup> christiono@ce.its.ac.id

**ABSTRAK:** Berubahnya gaya hidup pada generasi milenial menimbulkan banyak perubahan dalam berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali dalam bidang properti. Niat pembelian yang menjadi titik fokus dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tahap awal dalam proses pengambilan keputusan pembelian, di mana individu mulai menyusun rencana dan evaluasi untuk melakukan pembelian suatu produk atau layanan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong generasi milenial dalam membentuk niat pembelian rumah, dengan fokus pada bagaimana perilaku spekulatif dapat memoderasi atribut preferensi generasi milenial dalam mempengaruhi niat pembelian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada milenial yang berdomisili di Surabaya. Data kemudian diolah dengan *structural equation modelling* (SEM), metode PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku spekulatif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pembelian rumah di Surabaya. Namun, faktor-faktor lain seperti kualitas fisik, *brand*, lokasi akses, dan lingkungan tidak ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: milenial, PLS-SEM, *structural equation modeling*, perilaku spekulatif, niat pembelian, keputusan pembelian

**ABSTRACT:** *The changing lifestyle of millennial generation has brought about numerous changes in various aspects of life, including real estate sector. Purchase intention is the focal point of this study, defined as the initial stage in the purchase decision-making process, where individuals begin to plan and evaluate the purchase of a product or service. This research aims to understand the factors that drive millennial generation in forming their purchase intention for housing and how speculative behavior can moderate the influence housing attributes on purchase intention. Data was collected through a questionnaire and distributed to millennials residing in Surabaya. The data was then analyzed using structural equation modelling, the PLS-SEM method. The findings of this study indicate that speculative behavior has a significant influence on the purchase intention of housing in Surabaya. However, other factors such as physical quality, brand, location and accessibility, and environment were found to have no significant influence.*

Keywords: *millennials*, PLS-SEM, *structural equation modeling*, *speculative behavior*, *purchase intention*, *purchase decision*

### 1. PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup pada generasi milenial telah membawa implikasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam preferensi dan keputusan pembelian generasi milenial, khususnya dalam bidang properti (Istikomah, 2019). Dengan karakteristik yang

berbeda dari generasi sebelumnya, generasi milenial cenderung menunjukkan preferensi yang unik dalam memilih hunian, yang mencerminkan nilai-nilai dan kebutuhan yang berbeda (Ismail dan Shaari, 2019). Adanya perubahan preferensi ini menjadi perhatian penting bagi para pengembang properti dalam merancang produk yang sesuai dengan harapan dan tuntutan generasi milenial.

Niat pembelian rumah menjadi titik fokus yang krusial dalam penelitian ini. Niat pembelian adalah tahap awal dalam proses pengambilan keputusan pembelian, di mana individu mulai menyusun rencana dan evaluasi untuk melakukan pembelian suatu produk atau layanan. Niat pembelian ini mencerminkan kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk mengambil tindakan nyata dalam membeli rumah di masa mendatang (Wu dan Teng, 2011).

Selain itu, salah satu faktor yang relevan untuk dipertimbangkan dalam konteks penelitian ini adalah perilaku spekulatif. Perilaku spekulatif mengacu pada tindakan individu dalam mengambil risiko guna mencapai keuntungan finansial dari perubahan harga atau peluang spekulatif dalam pasar.

Dalam penelitian ini, akan diselidiki kemungkinan adanya pengaruh perilaku spekulatif sebagai moderator antara atribut preferensi generasi milenial dan niat pembelian rumah. Artinya, akan dieksplorasi apakah perilaku spekulatif dapat mempengaruhi hubungan antara preferensi generasi milenial terhadap atribut-atribut tertentu dalam mempengaruhi niat mereka untuk membeli rumah. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika pengambilan keputusan pembelian rumah di kalangan generasi milenial, khususnya dalam konteks perilaku spekulatif.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **2.1. Niat Pembelian Rumah (*House Purchase Intention*)**

Wu dan Teng (2011) mendefinisikan niat pembelian (*purchase intention*) *customer* dalam merencanakan membeli suatu produk atau layanan di masa depan. Niat dianggap terdiri dari faktor-faktor motivasi yang mendorong perilaku tertentu, di mana niat akan mengimplikasikan sejauh mana seseorang telah melakukan upaya untuk melakukan perilaku tersebut. Dengan kata lain, jika seseorang memiliki niat yang tinggi terhadap sesuatu, ia akan lebih cenderung meningkatkan kinerja untuk mencapai apa yang awalnya ia niatkan untuk dilakukan. Oleh karena itu, niat pembelian rumah dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen bersedia untuk membeli rumah dalam waktu dekat, sesuai dengan definisi Ajzen (1991).

Yoke, et al. (2018) mengungkapkan adanya hubungan positif dari *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavior control* dan *financial factors* terhadap *purchase intention* untuk properti residensial, sedangkan *location* dan *living space* ditemukan tidak memiliki hubungan terhadap *purchase intention*. Dari penelitian ini dicoba kembali menguji ada tidaknya pengaruh atribut rumah terhadap niat pembelian (*purchase intention*) dengan menambahkan perilaku spekulatif sebagai moderasinya.

### **2.2. Kualitas Fisik (*Physical Quality*)**

Rahadi, et al. (2013) mengemukakan bahwa kualitas fisik berkaitan dengan pengembangan rumah baik dari sisi infrastruktur maupun desain, ekstrinsik maupun intrinsik. Kualitas fisik sebuah rumah meliputi ukuran, usia, kondisi, tampak, spesifikasi bahan atau material konstruksi, konfigurasi internal, dan sebagainya (Wyatt, 2013). Juliadi (2020) juga mengemukakan bahwa desain atap yang merupakan bagian dari spesifikasi rumah dan tampak rumah (fasad) juga mempengaruhi kenyamanan penghuni rumah tersebut.

### **2.3. Brand**

Hadirnya *brand* dalam sebuah pasar residensial memiliki peran penting dalam meningkatkan standart kualitas sebuah rumah (Davison, et al. 2009). Shafiei, et al. (2010) juga mengungkapkan bahwa reputasi sebuah perusahaan properti adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan pembelian hunian oleh konsumen. Selain itu, penting juga memperhatikan konsep perumahan yang ditawarkan oleh pengembang.

Pelayanan penjualan menjadi faktor yang penting dalam membentuk persepsi tentang *brand*, baik saat dan setelah penjualan. Pelayanan yang baik, responsif, dan profesional dari tim penjualan pengembang dapat memberikan pengalaman positif kepada calon pembeli. Ketersediaan informasi yang jelas, proses transaksi yang mudah, dan kemudahan komunikasi dengan tim penjualan adalah beberapa aspek yang penting dalam pelayanan penjualan.

Komitmen pengembang juga menjadi faktor penting dalam menilai *brand*. Komitmen untuk memberikan kualitas yang terbaik, memenuhi janji-janji yang diberikan, dan menjaga keberlanjutan proyek perumahan menunjukkan keseriusan dan keandalan pengembang. Pembeli akan merasa lebih percaya dan yakin jika pengembang menunjukkan komitmen yang kuat terhadap proyek dan pelanggannya.

### **2.4. Lokasi dan Akses (*Location and Accessibility*)**

Faktor lokasi merupakan faktor yang cukup banyak menjadi pertimbangan costumers dalam memutuskan membeli rumah, baik secara akses (utilitas) maupun terhadap pertumbuhan dan pengembangan lahan yang ada. Wachs, et al. (1993) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pentingnya lokasi dalam membeli rumah disebabkan adanya pertimbangan *customer* terhadap jarak rumah ke tempat kerja dan pemilihan lokasi rumah yang memiliki kualitas lingkungan yang baik, berada di sekitar sekolah pilihan, dan memiliki keamanan yang baik. Pada penelitian Rahadi, et al. (2015) di Indonesia dan Kauko (2006) di Finlandia ditemukan bahwa lokasi merupakan preferensi yang paling dominan dibandingkan atribut lainnya. Sedangkan Wang dan Li (2004) mengemukakan di China akses merupakan salah satu atribut rumah yang lebih diminati dibandingkan atribut fisik.

Hal lain yang menjadi preferensi milenial dekat dengan rumah antara lain kedekatan dengan akses tol, kedekatan dengan keluarga, kemudahan aksesibilitas, kedekatan dengan pusat aktivitas, kedekatan dengan pusat belanja, kedekatan dengan fasilitas pendidikan, kedekatan dengan tempat ibadah, kedekatan dengan fasilitas umum, kerawanan terhadap kemacetan, dan kerawanan terhadap banjir.

### **2.5. Lingkungan (*Environment*)**

Baik sadar maupun tidak sadar salah satu faktor lingkungan yang seringkali mempengaruhi pembelian rumah adalah kualitas lingkungan (*neighborhood quality*) yang dimiliki oleh rumah tersebut. Sirgy dan Cornwell (2002) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas lingkungan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan hidup seseorang. Kepuasan terhadap *neighborhood physical features* (seperti pemeliharaan rumah dan taman, pemandangan yang dimiliki, jalan dan pencahayaan, kepadatan dan tingkat kebisingan, jarak terhadap fasilitas umum, serta kualitas lingkungan secara keseluruhan) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan terhadap rumah dan lingkungan yang dimiliki.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Bond (2001), menyatakan bahwa *consumer* membuat keputusan yang lebih sulit saat mempertimbangkan adanya *land contamination stigma* saat membeli rumah. Hal ini diakibatkan persepsi adanya resiko oleh *consumer* saat hendak membeli rumah. Eves (2006) juga membuktikan bahwa pembeli siap mengeluarkan uang lebih banyak untuk sebuah rumah dengan kawasan residensial yang terencana. Beberapa

penelitian lainnya seperti oleh Neill, et al. (2006) tentang pengaruh kondisi udara terhadap harga, Susilawati dan Virojanapa (2007) tentang efek ruang terbuka hijau terhadap harga, perbedaan valuasi harga kavling pribadi dengan tempat umum (Kopitz, et al., 2007), dan terakhir tentang pengaruh probabilitas terjadinya banjir terhadap harga (Lamond, 2008).

Dari penjabaran sebelumnya dapat disimpulkan bahwa konsep juga merupakan sebuah atribut *environment* yang menjadi preferensi *consumer* dalam membeli rumah atau hunian. Berdasarkan Muktiwibowo (2020) konsep meliputi *green concept*, skala pengembangan, tema, *grand cluster*, fasilitas premium, variasi, dan konsep secara umum. Hal ini diperkuat juga oleh penelitian Widiastuti dan Handayani (2013) yang menguraikan bahwa permintaan terhadap suatu rumah dipengaruhi oleh fasilitas dan sarana umum.

## 2.6. Perilaku Spekulatif (*Speculative Behavior*)

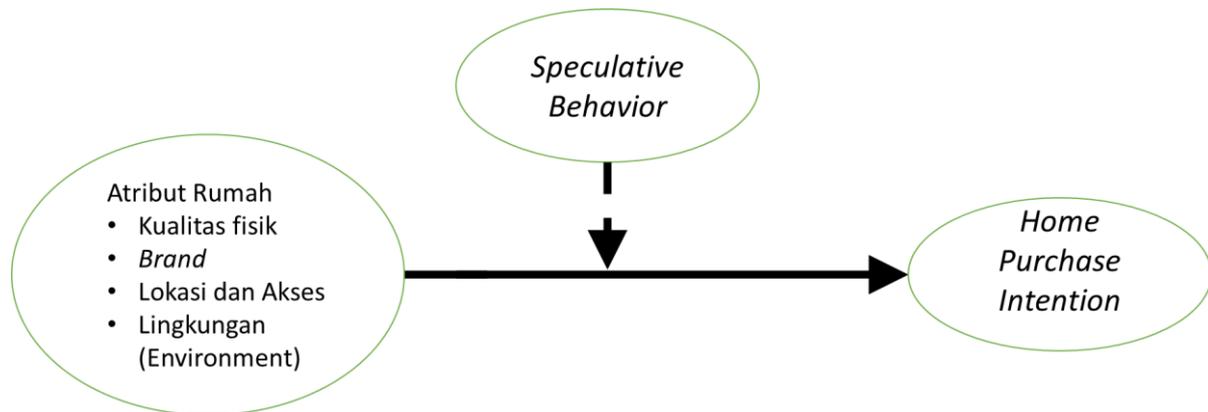
Perilaku spekulatif dalam pasar properti merujuk pada tindakan atau praktik di mana seseorang atau kelompok berusaha mendapatkan keuntungan finansial dengan membeli dan menjual properti dengan tujuan mendapatkan keuntungan maksimal, berdasarkan perkiraan perubahan harga di pasar daripada didasarkan pada nilai intrinsik atau potensi penggunaan properti tersebut. Dalam perilaku spekulatif, fokus utama adalah mencari peluang untuk mendapatkan keuntungan dari fluktuasi harga pasar, dan hal ini seringkali dilakukan tanpa mempertimbangkan faktor-faktor fundamental atau kebutuhan nyata dari properti tersebut.

Kecenderungan *consumers* dalam berspekulatif saat membeli sebuah properti merupakan hal yang tidak bisa disangkal keberadaannya. Malpezzi dan Wachter (2005) mengungkapkan bahwa perilaku spekulatif inilah yang menjadi pemicu terjadinya *property life cycle*. Siklus ini didefinisikan sebagai urutan peristiwa berulang yang nampak dalam faktor demografis, ekonomi, dan emosional yang memengaruhi penawaran dan permintaan pasar properti.

Salah satu dampak lain adanya perilaku spekulatif dalam pasar properti adalah terjadinya *Boom and Bust* (Zheng et al., 2017). Shiller (2005) mengungkapkan bahwa peristiwa perubahan harga drastis dalam pasar properti tidak bisa dijelaskan berdasarkan data *population growth*, *construction costs*, dan *interest rates*. Shiller (2005) menyimpulkan bahwa adanya perilaku spekulatif, heuristik ekspektasi ekstrapolatif, psikologi pasar yang membentuk optimisme dan pesimisme, *herding behavior* dan teknologi komunikasi yang mempengaruhinya, serta dinamika *positive feedback* merupakan elemen yang berperan penting dalam menentukan harga rumah. Selain itu, Zheng et al (2017) juga mengungkapkan perilaku spekulatif menimbulkan adanya deviasi harga rumah dalam pasar properti.

Perilaku spekulatif dalam pasar properti adalah aktivitas yang mengandung risiko tinggi karena bertujuan untuk mencapai keuntungan dengan cepat. Para pelaku spekulasi mengambil keputusan investasi berdasarkan ekspektasi perubahan harga pasar tanpa mempertimbangkan faktor-faktor fundamental jangka panjang yang dapat mempengaruhi nilai properti. Gao dan Xiong (2020) menemukan bahwa spekulasi properti, yang sebagian besar didasarkan pada ekstrapolasi perubahan harga properti di masa lalu, tidak hanya menyebabkan apresiasi harga yang lebih tinggi, ekspansi ekonomi, dan pembangunan perumahan pada tahun 2004–2006, tetapi juga menyebabkan resesi ekonomi yang parah pada tahun 2007–2009.

## 2.7. Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka teoritis

Atribut rumah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi milenial dalam memutuskan membeli sebuah rumah (Mulyano et al., 2020). Seperti yang terlihat pada Gambar 1, atribut rumah dikelompokkan menjadi 4 kelompok besar, yaitu, kualitas fisik, *brand*, lokasi dan akses, serta lingkungan. Preferensi milenial terhadap atribut rumah ini yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah. Faktor-faktor ini kemudian dimoderasi oleh perilaku spekulatif milenial dalam memutuskan untuk membeli rumah.

### 2.7. Structural Equation Modelling (SEM)

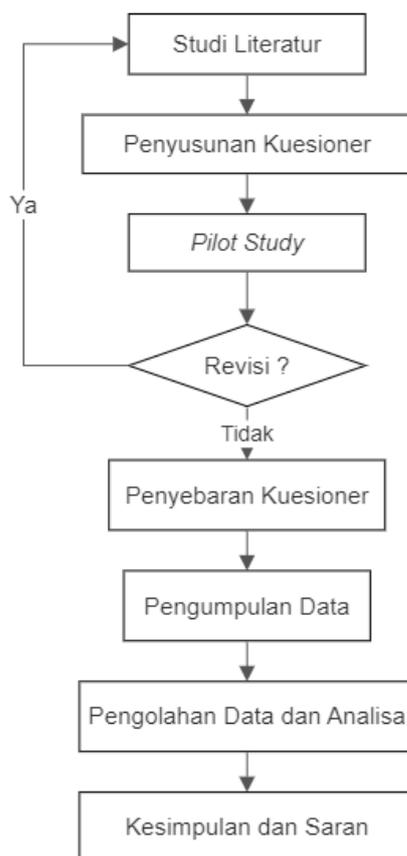
Menurut Maruyama (1997) *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah teknik analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan dalam suatu model analisis. Model ini adalah gabungan antara analisis faktor dan analisis regresi berganda dan digunakan untuk menganalisis hubungan struktural antara variabel terukur dan konstruksi laten. Metode ini lebih akurat karena dapat sekaligus menghitung ketergantungan ganda dan antar-variabel dalam satu analisis.

SEM sendiri terbagi menjadi dua kategori yaitu *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) yang dikembangkan oleh Joreskog (1969) dan *Partial Least Square Path Modeling* (PLS-SEM) sering disebut *variance* atau *component-based structural equation modeling* yang dikembangkan oleh Wold (1974). PLS-SEM lebih banyak digunakan untuk mengembangkan teori-teori dalam penelitian *exploratory*, sedangkan CB-SEM terutama digunakan untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* (Hair, et al., 2014).

Secara teoritis *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) berusaha untuk meminimalisir perbedaan sampel kovarians dan sampel yang diperoleh dari model teoritis. Sehingga, proses estimasi parameter menghasilkan matriks kovarians pengukuran (Chin dan Newsted, 1999).

Berbeda dengan *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM). *Partial Least Square Path Modeling* (PLS-SEM) pertama kali diperkenalkan oleh H. Wold (1974) dengan nama NIPALS (*nonlinear iterative partial least squares*). Metode ini berfokus pada memaksimalkan varians dari variabel terikat yang dikaitkan dari variabel tidak terikat daripada untuk menghasilkan kembali matriks kovarians empiris. Seperti SEM lainnya, model PLS memuat bagian struktural yang mencerminkan hubungan antara variabel laten dan komponen pengukuran yang berfungsi menunjukkan hubungan antara variabel laten dan indikatornya, yang mana digunakan untuk mengestimasi nilai variabel laten (Chin dan Newsted, 1999).

### 3. METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 2. Diagram alir penelitian

Gambar 2 merupakan proses dari penelitian yang dilakukan. Penelitian dimulai dengan melakukan studi literatur, kemudian dilakukan penyusunan kuesioner. Sebelum kuesioner disebarakan dilakukan *pilot study* terhadap kuesioner tersebut. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner dan pengumpulan data. Data kemudian dianalisis dan dibuat kesimpulan.

#### 3.1. Penentuan Sampel

Untuk mendapatkan data digunakan kuesioner yang disebarakan pada milenial pemilik properti hunian rumah dan yang akan membeli properti hunian yang berada di wilayah Surabaya. Dalam hal ini yang dimaksud milenial adalah semua warga surabaya yang bertahun kelahiran 1981 – 1996. Pada pengambilan sampel milenial yang memiliki properti hunian rumah, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan *insidental sampling*. Metode ini adalah metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang cocok sebagai sumber data dan secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2017)

#### 3.2. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Kuesioner menggunakan metode Skala Likert. Hasil penyusunan kuesioner ini kemudian akan dilanjutkan dengan melakukan *pilot study*. *Pilot study* dilakukan setelah variabel dan skala pada kuesioner ditentukan. Kuesioner akan disebarakan kepada beberapa responden, tanpa penjelasan

apapun, dengan tujuan untuk mengetahui apakah kuesioner sudah dapat dipahami oleh responden atau tidak. Setelah pilot study dilakukan, maka kuesioner akan direvisi sesuai dengan masukan dari responden dan disebarakan.

### 3.3. Analisis Data Menggunakan PLS-SEM

Terdapat dua model dalam analisis *partial least square* yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural).

Dalam *outer model* atau model pengukuran akan diuji validitas dan reliabilitas. Model ini mendefinisikan hubungan antar setiap indikator terhadap konstruk atau variabel latennya. Variabel laten adalah sebuah konsep yang dihipotesiskan atau yang tidak teramati dan dapat didekati melalui variabel-variabel teramati. Evaluasi untuk *outer model* pengukurannya dilakukan melalui *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*.

*Convergent validity* (validitas konvergen) berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur (indikator) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Jogiyanto, 2009). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai dari *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. *Loading factor* adalah korelasi antara skor item atau skor komponen dengan skor konstruk. *Rule of thumb* dari *convergent validity* yaitu nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5 dianggap signifikan. Menurut Chin (1998) dalam Ghozali (2014) untuk penelitian pada tahap awal pengembangan model, skala pengukuran nilai 0,5 sampai dengan 0,6 dianggap dapat ditoleransi.

*Discriminant validity* (validitas diskriminan) berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur (indikator) dari konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi (Jogiyanto, 2009). Uji validitas diskriminan dapat dinilai berdasarkan nilai perbandingan akar kuadrat AVE dengan nilai korelasi antar konstruk. Nilai akar Kuadrat AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk.

*Composite Reliability* adalah teknik statistika untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk. Pengujian ini digunakan untuk melihat konsistensi keakuratan sebuah model dari indikator terhadap konstruk. Nilai batas yang diterima dalam *composite reliability* adalah 0,6 (Ghozali, 2014).

Pengujian *inner model* atau model struktural bertujuan untuk melihat hubungan antar konstruk atau variabel laten dari suatu model penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dan melihat apakah hubungan antara variabel laten signifikan secara statistik atau tidak. Ini dilakukan dengan melihat nilai *p-value* yang terkait dengan koefisien jalur. Jika *p-value* kurang dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel laten signifikan secara statistik.

Analisis jalur dalam *inner model* juga memberikan gambaran tentang sejauh mana variabel laten mempengaruhi satu sama lain. Dengan mempertimbangkan semua koefisien jalur yang terkait, dapat terlihat pola dan kekuatan hubungan antara variabel laten di dalam model. Hal ini membantu memahami bagaimana variabel laten saling mempengaruhi dan berperan dalam membentuk konstruk yang diteliti.

Pada dasarnya, *inner model* dalam *path analysis* merupakan bagian penting dalam analisis SEM yang memungkinkan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara variabel laten. Melalui analisis jalur, dapat mengidentifikasi pengaruh langsung antara variabel laten dan mengukur kekuatan serta signifikansinya. *Inner model* memberikan pemahaman yang lebih rinci tentang struktur hubungan antara variabel laten dalam model yang diteliti.

## 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Profil Responden

Kuesioner dibagikan kepada total 201 responden yang berusia di atas 26 tahun (generasi milenial) yang berdomisili di Surabaya. Profil responden yang menunjukkan jenis kelamin, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan usia dapat dilihat pada Tabel 1.

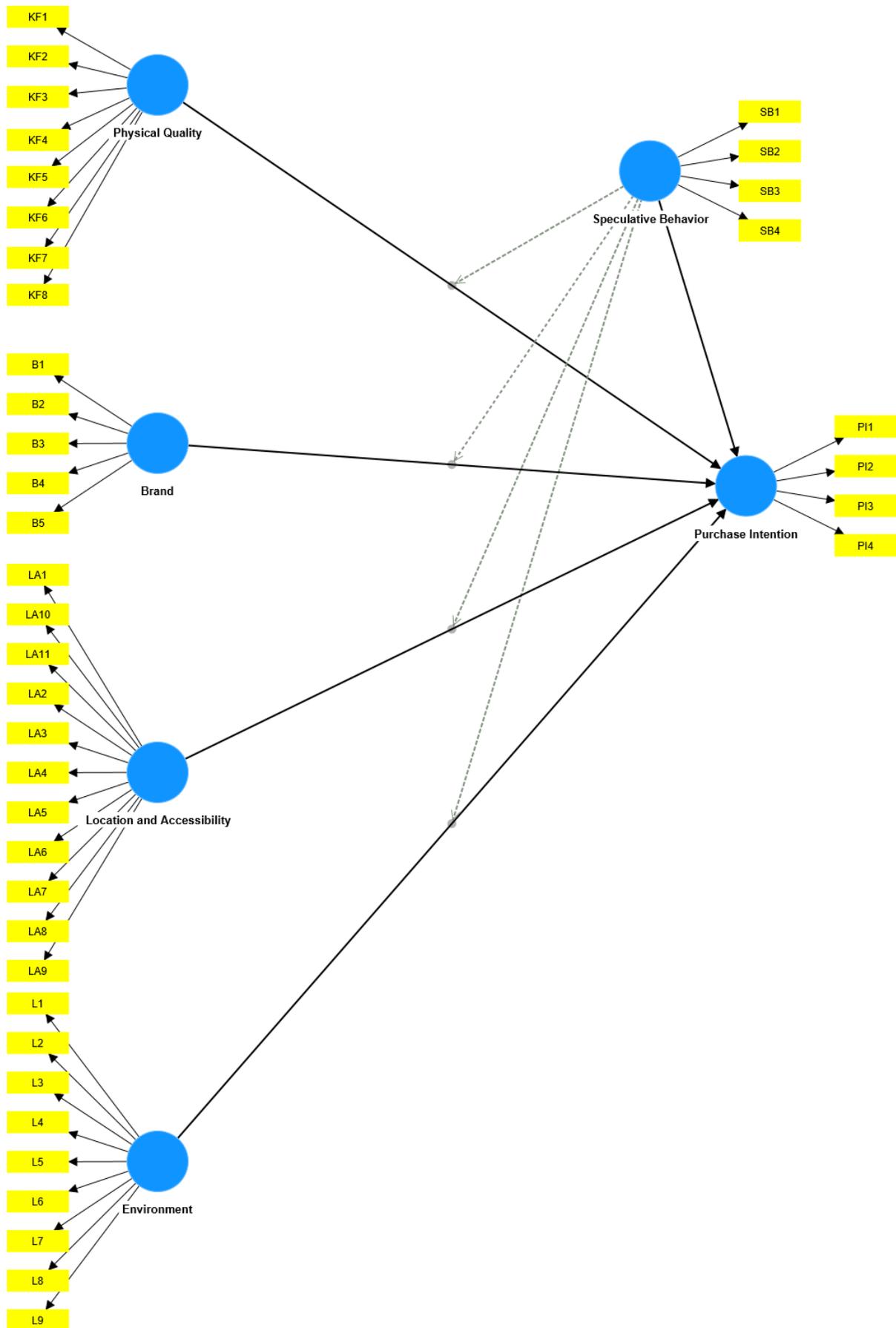
Tabel 1. Profil responden

Profil Responden	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki laki	142	71%
	Perempuan	59	29%
Latar Belakang Pendidikan	SMA/SMK	13	7%
	D3	8	4%
	S1	153	76%
	S2	27	13%
Pekerjaan	Pegawai Negeri	2	1%
	Pegawai Swasta	78	39%
	Profesional	14	7%
	Wiraswasta	96	48%
	Lain lain	11	5%
Usia	26 – 30 tahun	167	83%
	31 – 35 tahun	21	10%
	36 – 40 tahun	9	5%
	> 40 tahun	4	2%

Dapat dilihat pada Tabel 1 responden didominasi oleh laki laki (71%). Dengan latar pendidikan terbanyak adalah S1 (76%). Pekerjaan terbanyak adalah pegawai swasta (39%) dan wiraswasta (48%), dan usia yang dominan adalah pada usia 26 – 30 tahun (83%).

### 4.2. *Partial Least Square – Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*

Gambar 3 di bawah merupakan model konseptual yang digunakan untuk penelitian ini. Garis panah putus-putus yang mengarah pada hubungan (garis panah antara atribut preferensi dengan *purchase intention*) atribut rumah dengan niat pembelian menunjukkan bahwa perilaku spekulatif (*speculative behavior*) menjadi moderasi dari variabel preferensi atribut rumah milenial. Artinya, perilaku spekulatif milenial tidak secara langsung mempengaruhi variabel preferensi atribut rumah. Namun, dapat memperkuat hubungan antara variabel dependen dan independen.



Gambar 3. Model PLS-SEM

### 4.3. Evaluasi *Outer Model*

Tabel 2. Tabel nilai *loading factor*, *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan AVE

Variabel	<i>Loading Factor</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	AVE
B1	0,869			
B2	0,923			
B3	0,907	0,945	0,983	0,818
B4	0,900			
B5	0,922			
PQ1	0,824			
PQ2	0,703			
PQ3	0,839			
PQ4	0,656	0,947	0,951	0,701
PQ5	0,787			
PQ6	0,757			
PQ7	0,676			
PQ8	0,639			
E1	0,865			
E2	0,861			
E3	0,814			
E4	0,814			
E5	0,826	0,915	0,930	0,497
E6	0,786			
E7	0,814			
E8	0,880			
E9	0,869			
LA1	0,833			
LA2	0,806			
LA3	0,801			
LA4	0,812			
LA5	0,576			
LA6	0,602	0,901	0,836	0,546
LA7	0,611			
LA8	0,594			
LA9	0,717			
LA10	0,725			
LA11	0,598			
PI1	0,849			
PI2	0,864	0,850	0,854	0,689
PI3	0,785			
PI4	0,821			
SB1	0,855			
SB2	0,829	0,871	0,874	0,720
SB3	0,832			
SB4	0,878			

Pada Tabel 2 dapat dilihat hasil kalkulasi perhitungan *loading factor* dari data pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden. Berdasarkan Truong dan McColl (2011) *loading factor* yang diijinkan untuk hasil yang baik adalah lebih besar dari 0,5. Sehingga dapat disimpulkan dari data tersebut semua indikator sudah memenuhi syarat *loading factor*.

Sedangkan untuk melakukan uji realibilitas dan validitas digunakan hasil perhitungan nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability* dan *average variance extracted* (AVE) dari SmartPLS. Menurut Straub, et al. (2004) untuk memenuhi kriteria konsistensi internal, *cronbach's alpha* harus di atas 0,6 untuk survei eksplorasi, dan 0,7 untuk studi konfirmasi. Sedangkan untuk *composite reliability*, Hair, et al. (2014) menyatakan bahwa nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,6 dan suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Pengujian nilai *average variance extracted* (AVE) harus memenuhi syarat lebih besar 0,5 (Fornell dan Larcker, 1981) sehingga dapat memenuhi persyaratan validitas konvergen.

Berdasarkan Tabel 2, nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* untuk semua variabel laten sudah memenuhi syarat yaitu > 0,7 dan dapat dikatakan bahwa pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*). Sedangkan, pada nilai *average variance extracted* (AVE) ditemukan pada variabel lokasi dan aksesibilitas < 0,5. Merujuk dari penelitian Lam (2012) apabila AVE lebih kecil dari 0,5 namun nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,6 maka data tersebut masih bisa digunakan.

#### 4.4. Evaluasi Inner Model (Path Analysis)

Tabel 3. Hasil analisis jalur (*path analysis*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Brand -> Purchase Intention	-0,032	-0,012	0,096	0,332	0,740
Environment -> Purchase Intention	0,121	0,119	0,087	1,390	0,165
Location and Accessibility -> Purchase Intention	0,075	0,056	0,135	0,557	0,577
Physical Quality -> Purchase Intention	0,058	0,047	0,134	0,431	0,667
Speculative Behavior -> Purchase Intention	0,308	0,308	0,077	3,982	0,000
Speculative Behavior x Location and Accessibility -> Purchase Intention	0,024	0,017	0,087	0,269	0,788
Speculative Behavior x Physical Quality -> Purchase Intention	0,091	0,067	0,103	0,878	0,380
Speculative Behavior x Brand -> Purchase Intention	-0,015	0,004	0,090	0,164	0,870
Speculative Behavior x Environment -> Purchase Intention	0,029	0,030	0,077	0,375	0,707

Dalam analisis jalur (*path analysis*) yang dilakukan, hasil yang terpapar dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel-variabel lain dalam model tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*, kecuali variabel *speculative behavior*. Variabel *speculative behavior* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dengan angka koefisien jalur sebesar 0,308 dan *p-value* kurang dari 0,001.

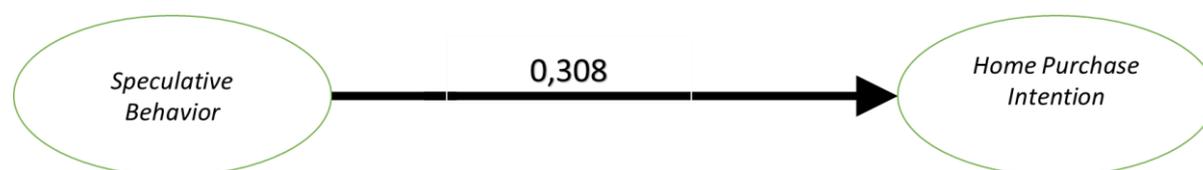
Hasil ini mengindikasikan bahwa *speculative behavior* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Artinya, semakin tinggi tingkat perilaku spekulatif yang dimiliki oleh individu, semakin tinggi pula intensi mereka untuk melakukan pembelian. Variabel-variabel lain seperti kualitas fisik, *brand*, lingkungan, dan lokasi akses tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *purchase intention* dalam konteks penelitian ini.

Pengaruh yang signifikan dari *speculative behavior* menunjukkan bahwa faktor ini memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan asumsi bahwa individu dapat mempertimbangkan potensi kenaikan harga properti di masa depan sebagai motivasi dalam pembelian rumah pertama mereka. Namun, penting untuk diingat bahwa hasil ini spesifik untuk sampel dan konteks penelitian yang digunakan. Hasil ini perlu dipertimbangkan dalam konteks variabel-variabel yang diteliti dan populasi yang diteliti.

Analisis faktor perilaku spekulatif sebagai variabel moderasi terhadap variabel lainnya (kualitas fisik, *brand*, lokasi akses, dan lingkungan) menunjukkan temuan bahwa perilaku spekulatif tidak memiliki pengaruh yang signifikan sebagai variabel moderasi pada keempat variabel tersebut. Hal ini diperkuat oleh hasil *p-value* yang menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian (*purchase intention*) dan keputusan pembelian (*purchase decision*). Hasil ini juga memperkuat penelitian oleh Yoke, et al. (2018) yang menyebutkan atribut rumah (lokasi dan *living space*) tidak mempengaruhi niat pembelian (*purchase intention*)

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa perilaku spekulatif tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kualitas fisik, *brand*, lokasi dan akses, serta lingkungan dengan niat pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi niat pembelian dalam konteks penelitian ini.

Sehingga dapat disimpulkan model yang lebih akurat menjelaskan peran perilaku spekulatif yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut



Gambar 4. Model empiris

Berdasarkan hasil penelitian ini yang terlihat pada Gambar 4, ditemukan bahwa perilaku spekulatif memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *purchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki perilaku spekulatif cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian. Hasil ini konsisten dengan teori yang mengaitkan perilaku spekulatif dengan motivasi untuk memperoleh keuntungan finansial di masa depan melalui kenaikan nilai properti.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran perilaku spekulatif dalam pengambilan keputusan pembelian rumah di Surabaya. Melalui analisis data yang dikumpulkan dari responden, penelitian ini memberikan wawasan yang penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian rumah. Dari analisis yang dilakukan, berikut ini merupakan kesimpulan pada penelitian ini :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku spekulatif memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap niat pembelian rumah. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku spekulatif memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Surabaya. Dalam konteks penelitian ini, perilaku spekulatif mengacu pada kecenderungan individu untuk membeli properti dengan tujuan investasi jangka pendek, yaitu untuk mendapatkan keuntungan melalui apresiasi harga properti yang cepat. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan pasar properti yang dinamis seperti Surabaya, faktor spekulasi memainkan peran yang signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah.
2. Faktor-faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu kualitas fisik, *brand*, lokasi dan akses, serta lingkungan, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian rumah. Meskipun asumsi awal adalah bahwa faktor-faktor tersebut akan memiliki pengaruh yang positif terhadap niat pembelian, hasil penelitian menunjukkan sebaliknya.
3. Selain itu, dugaan awal tentang adanya peran perilaku spekulatif sebagai variabel moderasi atribut preferensi rumah generasi milenial juga terbukti tidak signifikan. Artinya perilaku spekulatif tidak berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi niat pembelian rumah pada generasi milenial di Surabaya.
4. Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa batasan. Yaitu, penelitian ini dilakukan di Surabaya saja, sehingga generalisasi temuan hanya dapat diterapkan pada konteks tersebut. Penelitian lebih lanjut di wilayah lain dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah.

### 5.2. Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk penelitian berikutnya yang dapat dilakukan untuk melengkapi pemahaman tentang peran perilaku spekulatif dalam pengambilan keputusan pembelian rumah di Surabaya:

1. Perluasan Sampel dan Wilayah: Melibatkan sampel yang lebih besar dan mencakup wilayah geografis yang lebih luas akan membantu dalam generalisasi temuan penelitian. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian rumah di Surabaya serta memperluas pemahaman tentang perilaku spekulatif.
2. Penelitian Longitudinal: Menggunakan desain penelitian longitudinal akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perubahan preferensi konsumen dalam jangka waktu yang lebih panjang. Penelitian ini dapat mengungkap dinamika perilaku spekulatif seiring berjalannya waktu dan bagaimana faktor-faktor lain dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian rumah.
3. Faktor-faktor Lain: Melibatkan faktor-faktor lain yang relevan dalam penelitian, seperti kondisi finansial, atau faktor sosial, dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang pengambilan keputusan pembelian rumah. Penelitian ini dapat mengeksplorasi hubungan antara perilaku spekulatif dan faktor-faktor ini serta dampaknya terhadap niat pembelian.
4. Variasi Demografis: Menyelidiki perbedaan dalam perilaku spekulatif dan niat pembelian rumah berdasarkan variasi demografis seperti usia, pendapatan, pendidikan, atau status perkawinan dapat memberikan perspektif yang lebih kaya. Hal ini dapat membantu

memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian rumah.

5. Analisis Perbandingan: Melakukan analisis perbandingan antara kota-kota lain di Indonesia atau bahkan di negara lain untuk membandingkan peran perilaku spekulatif dalam pengambilan keputusan pembelian rumah. Ini akan membantu dalam pemahaman konteks geografis yang berbeda dan memperluas generalisasi temuan penelitian.
6. Penggunaan Metode Kualitatif: Menggabungkan pendekatan kualitatif dalam penelitian, seperti wawancara mendalam atau studi kasus, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang motivasi dan preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian rumah. Ini akan melengkapi pemahaman yang diperoleh dari analisis kuantitatif.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bond, S. (2001). "Conjoint Analysis: Assessing Buyer Preferences for Property Attributes to Assist with the Estimation of Land Contamination Stigma". *School of Economics and Finance*, Curtin Business School, 42.
- Chin, W. W. (1998). "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling". *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336.
- Chin, W. W., dan Newsted, P. R. (1999). "Structural Equation Modeling Analysis with Small Samples Using Partial Least Squares". *Statistical Strategies for Small Sample Research*, 1(1), 307-341.
- Davison, N., Goodier, C., Gibb, A., Austin, S., Saker, J., & Gregory, C. (2009). *Factors Influencing the Market for Branded Mass Customized Buildings*. Loughborough University, 1-10.
- Eves, C. (2006, June). "Residential Sales by Auction: a Property Type or Geographic Consideration". In *13th Annual European Real Estate Society Conference*.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and statistics*.
- Gao, Z., Sockin, M., dan Xiong, W. (2020). "Economic Consequences of Housing Speculation". *The Review of Financial Studies*, 33(11), 5248-5287.
- Ghozali, Imam. (2014). "An Efficiency Determinant of Banking Industry In Indonesia". *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(3), 18-26.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). "Pearson New International Edition". *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Education Limited Harlow, Essex.
- Ismail, H., dan Shaari, S. M. (2019). "Housing Decision: The Choice Between Location, House And Neighbourhood Among Malaysian Generations". *MATEC Web of Conferences* (Vol. 266, p. 01026). EDP Sciences.
- Istikomah, K. (2019, September). "The Millennial Generation Buying Behaviour in Purchasing Houses Case of Modest Housing Industry in Indonesia". *Proceedings of the 1st Workshop on Multidisciplinary and Its Applications Part 1, WMA-01 2018, 19-20 January 2018, Aceh, Indonesia*.
- Juliadi, D. A. (2020). "Analisis Numerik Pengaruh Desain Atap Rumah terhadap Kenyamanan Termal Penghuni". Skripsi thesis, Universitas Negeri Padang.
- Jogiyanto, H. dan W. Abdillah. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Andi.
- Joreskog, K. G. (1969). "A General Approach to Confirmatory Maximum Likelihood Factor Analysis". *Psychometrika*, 34(2), 1
- Kauko, T. (2006). "Expressions of Housing Consumer Preferences: Proposition for A Research Agenda". *Housing, Theory and Society*, 23(2), 92-108.
- Kopitz, E., McConnell, V., & Walls, M. (2007). "The Trade-Off Between Private Lots and Public Open Space in Subdivisions at the Urban-Rural Fringe". *Resources for the Future*, 1-19.

- Lamond, J. E. (2008). *"The Impact of Flooding on the Value of Residential Property in the UK. Wolverhampton"*. University of Wolverhampton.
- Maruyama, G. (1997). *Basics of Structural Equation Modeling*. Sage.
- Malpezzi, S., Wachter, S. M. (2005), *The Role of Speculation in Real Estate Cycles*. Zell/Lurie Center Working Papers 401, Wharton School Samuel Zell and Robert Lurie Real Estate Center, University of Pennsylvania.
- Muktiwibowo, S. A. (2020), *Perbandingan Preferensi antara Pengembang, Konsumen, dan Investor terhadap Harga Rumah di Surabaya*. (TA No. 01000277/MTS/2020). Tesis Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Mulyano, Y., Rahadi, R. A., & Amaliah, U. (2020). "Millennials Housing Preferences Model in Jakarta". *European Journal of Business and Management Research*, 5(1). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.1.240>
- Neill, H. R., Hassenzahl, D. M., & Assane, D. D. (2007). "Estimating the Effect of Air Quality: Spatial Versus Traditional Hedonic Price Models". *Southern Economic Journal*, 1088-1111.
- Njo, A., dan Sugeng, K. (2023). "House Purchase Intention during Pandemic COVID-19 in Surabaya, Indonesia". *Property Management*, 41(2), 191-211.
- Rahadi, R. A., Wiryono, S. K., Koesrindartoto, D. P., & Syamwil, I. B. (2013). "Attributes Influencing Housing Product Value and Price in Jakarta Metropolitan Region". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 101, 368-378.
- Rahadi, R. A., Wiryono, S. K., Koesrindartoto, D. P., & Syamwil, I. B. (2015b). "Factors Influencing the Price of Housing in Indonesia". *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 8(2), 169–188.
- Shafiei, M. W., Foo, F. S., Said, I., & Omran, A. (2010). "Malacca House Buyers' Housing Preferences in Malaysian New Residential Market". *ANNALS of Faculty Engineering Hunedoara - International Journal of Engineering*, 217-226.
- Shiller, R. J. (2005). "Behavioral Economics and Institutional Innovation". *Southern Economic Journal*, 72(2), 269-283.
- Sirgy, M. J., dan Cornwell, T. (2002). "How Neighborhood Features Affect Quality of Life". *Social Indicators Research*, 59(1), 79-114.
- Straub, D., Boudreau, M. C., & Gefen, D. (2004). "Validation Guidelines for IS Positivist Research". *Communications of the Association for Information Systems*, 13(1), 24.
- Sugiyono, D. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susilawati, C., & Virojanapa, M. (2007). "Resident's Preference on Using Green Space Facility". In *13th Pacific-Rim Real Estate Society Conference*, (pp. 1-16).
- Truong, Y., dan McColl, R. (2011). "Intrinsic Motivations, Self-Esteem, and Luxury Goods Consumption". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(6), 555-561.
- Wachs, M., Taylor, B. D., Levine, N., & Ong, P. (1993). "The Changing Commute: A Case Study of the Jobs-Housing Relationship Over Time". *Urban Studies*, 30(10), 1711–1729.
- Widiastuti, E., & Handayani, S. (2013). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi dengan Menggunakan Analisis Regresi". In *Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro. Fakultas Ekonomi* (pp. 111-121), Universitas Diponegoro. Semarang.
- Wold, H. (1974). "Causal Flows with Latent Variables: Partings of Ways in the Light of NIPALS Modelling". *European Economic Review*, 5(1), 67-86.
- Wu, K.-S., & Teng, Y.-M. (2011). "Applying the Extended Theory of Planned Behavior to Predict the Intention of Visiting a Green Hotel". *African Journal of Business Management*, 5(17), 7579-7587.
- Wyatt, P. (2013). *Property Valuation* (2nd ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Yoke, C. C., Mun, Y. W., Peng, L. M., & Yean, U. L. (2018). "Purchase Intention of Residential Property in Greater Kuala Lumpur, Malaysia". *International Journal of Asian Social Science*, 8(8), 580-590.
- Zheng, M., Wang, H., Wang, C., & Wang, S. (2017). "Speculative Behavior in a Housing Market: Boom And Bust". *Economic Modelling*, 61(2017), 50-64. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2016.11.021>

