

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosialisasi young adults dan keterlibatan produk melalui kepuasan dan simbol terhadap proses pengambilan keputusan pembelian rumah. Data dalam penelitian ini diambil sebanyak 124 responden dengan 109 responden yang sesuai kriteria di Jabodetabek. Kriteria dalam penelitian ini yaitu berusia 24-36 tahun dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan secara daring melalui Google Forms dengan menggunakan metode skala likert. Hasil penelitian ini diuji dengan metode Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi young adults memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian rumah.

Kata kunci: sosialisasi young adults, keterlibatan produk, kepuasan, simbol, pengambilan keputusan keluarga, perumahan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of young adults socialization and product involvement through satisfaction and symbols on the home buying decision making process. The data in this study was taken as many as 124 respondents with 109 respondents who met the criteria in Jabodetabek. The criteria in this study were aged 24-36 years with data collection through questionnaires distributed online through Google Forms using the Likert scale method. The results of this study were tested by the Structural Equation Modeling (SEM) method. The results showed that socialization of young adults has an influence in making home purchase decisions.

Keywords: socialization of young adults, product engagement, satisfaction, symbolism, family decision making, housing.