

Intisari

Rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Pertumbuhan jumlah penduduk yang tidak diikuti dengan pembangunan rumah yang memadai tentunya dapat mengakibatkan masalah kebutuhan tempat tinggal. Semakin tinggi peningkatan jumlah penduduk, maka kebutuhan akan hunian pun semakin meningkat. Minat beli dari generasi usia produktif yaitu generasi milenial ditunjukkan dengan berbagai perilaku dan nilai dari setiap individu.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli rumah tinggal, tingkat kepentingan memiliki rumah tinggal, *consumer purchasing behavior* dan *willingness to pay* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *quantitative method* untuk mengukur hubungan antara usia, gender, status pernikahan, profesi/pekerjaan, tingkat pendidikan, kebutuhan keluarga, pentingnya memiliki rumah tinggal sendiri, *consumer purchasing behavior*, *accessibility*, *natural environment*, *neighborhood safety*, *social neighborhood*, *family income*, *saving*, *house ownership credit*, luas bangunan/tipe bangunan, *willingness to pay* dan keputusan membeli rumah generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh dengan teknik pengumpulan data melalui survei dengan penyebaran pertanyaan dalam bentuk kuesioner secara *sampling non-probabilitas* yang merupakan cara pemungutan sampel yang tidak ada peluang yang sama bagi setiap item populasi untuk diambil menjadi sampel. Hasil kuesioner tersebut kemudian diolah lebih lanjut, untuk mendapatkan korelasi ilmiah sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa keputusan membeli rumah tinggal pada generasi milenial di daerah Istimewa Yogyakarta dipengaruhi oleh faktor *social neighborhood*, *saving* dan luas bangunan/tipe rumah tinggal. Sedangkan seberapa pentingnya memiliki rumah tinggal sendiri dan *customer purchasing behavior* pada generasi milenial di daerah Istimewa Yogyakarta tidak dipengaruhi oleh faktor apapun. Selanjutnya *wilingnes to pay properti* rumah tinggal pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta dipengaruhi oleh luas bangunan/tipe rumah tinggal.

Kata kunci: properti rumah tinggal, generasi milenial, keputusan membeli rumah tinggal, *consumer purchasing behavior*, *willingness to pay*.

Abstract

Home is one of the basic human needs. Population growth that is not accompanied by adequate housing construction can certainly result in problems with housing needs. The higher in the increasing of population, the greater the need for housing. The purchasing interest of the productive age generation, namely the millennial generation, is shown by the various behaviors and values of each individual.

The aim of the research is to determine the factors that influence the decision to buy a home, the level of interest in owning a home, consumer purchasing behavior and willingness to pay in the millennial generation in the Special Region of Yogyakarta. This research uses a quantitative method to measure the relationship between age, gender, marital status, profession/occupation, education level, family needs, the importance of having your own home, consumer purchasing behavior, accessibility, natural environment, neighborhood safety, social neighborhood, family income, savings, house ownership credit, building area/building type, willingness to pay and the decision to buy a house for the millennial generation in the Special Region of Yogyakarta. Data was obtained using data collection techniques through surveys by distributing questions in the form of questionnaires using non-probability sampling, which is a method of collecting samples where there is no equal chance for each population item to be taken as a sample. The results of the questionnaire are then processed further, to obtain scientific correlation so that a conclusion can be drawn that answers the research objectives.

The results of the analysis show that the decision to buy a house for the millennial generation in the Special Region of Yogyakarta is influenced by social neighborhood factors, savings and building area/type of house. Meanwhile, the importance of having your own home and customer purchasing behavior among the millennial generation in the Special Region of Yogyakarta is not influenced by any factors. Furthermore, the willingness to pay for residential property in the millennial generation in the Special Region of Yogyakarta is influenced by the building area/type of residence.

Keywords: Residential property, millennial generation, decision to buy a residential home, consumer purchasing behavior, willingness to pay.