

Pengaruh Tampilan Fisik dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Beli dengan Gaya Hidup Konsumen Sebagai Moderator: Studi Kasus pada Perumahan *Cluster* di Kabupaten Indramayu

Hafizharauf Anwari Muhamad¹, Aang Curatman², Yusuf³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Swadaya Gunung Jati

hafizharauf.124240005@ugj.ac.id¹, aang.curatman@ugj.ac.id², yusuf@ugj.ac.id³

ABSTRACT.

The growing demand for modern housing and the shifting preferences of younger generations in Indramayu Regency have made it increasingly important to understand the factors that shape consumers' purchase intentions. This study examines the effects of property physical appearance, social environment, and lifestyle on purchase intention. A quantitative method was employed by distributing questionnaires to prospective buyers and residents in three housing clusters: Pesona Estate, Pesona Citra Residence 2, and Graha Sudirman Cluster Alamanda. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) to assess validity, reliability, direct effects, and moderating effects. The findings indicate that the physical appearance of the property has a positive and significant effect on purchase intention, highlighting building aesthetics, construction quality, and modern design as crucial factors in shaping consumer perceptions. The social environment also shows a positive and significant influence through perceptions of safety, comfort, accessibility, and social cohesion. However, lifestyle is found to exert a negative moderating effect on the relationship between both physical appearance and social environment with purchase intention, suggesting differences in visual and social preferences among Millennial and Gen Z consumers. An R^2 value of 0,962 demonstrates that the three variables collectively explain 96,2% of the variance in purchase intention. These findings emphasize the importance of housing development strategies that integrate high quality physical design, stronger social interaction, and targeted lifestyle segmentation to enhance consumer appeal and purchasing decisions.

Keywords: Physical Appearance; Social environment; Lifestyle; Purchase Intention.

ABSTRAK.

Peningkatan kebutuhan akan tempat tinggal modern dan pergeseran selera generasi muda di Kabupaten Indramayu menjadikan pemahaman tentang faktor-faktor yang membentuk ketertarikan membeli semakin krusial. Studi ini mengkaji dampak tampilan fisik properti, lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen. Metode kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada calon pembeli dan penghuni di tiga lokasi perumahan yakni, Pesona Estate, Pesona Citra Residence 2, dan Graha Sudirman *Cluster* Alamanda. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji keabsahan, keandalan, pengaruh langsung, dan dampak moderasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan tampilan fisik properti memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat beli dari konsumen, menggarisbawahi estetika bangunan, kualitas konstruksi, dan desain yang modern sebagai faktor utama yang krusial dalam membangun persepsi konsumen. Lingkungan sosial menunjukkan pengaruh positif yang signifikan melalui cara pandang terhadap keamanan, kenyamanan, aksesibilitas, dan

kebersamaan dalam bersosialisasi. Namun, gaya hidup terbukti memberi moderasi negatif terhadap hubungan antara tampilan fisik dan lingkungan sosial dengan minat beli menandakan adanya perbedaan preferensi visual dan sosial di kalangan generasi Milenial dan Gen Z. nilai R^2 sebesar 0,962 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan sebesar 96,2% dari variasi minat beli. Temuan ini menekankan krusial strategi pengembangan perumahan mencakup desain fisik yang berkualitas, peningkatan interaksi sosial, dan segmentasi gaya hidup untuk meningkatkan daya tarik serta keputusan pembelian dari konsumen.

Kata kunci: Tampilan Fisik; Lingkungan Sosial; Gaya Hidup; dan Minat Beli.

PENDAHULUAN

Perubahan dalam aspek sosial dan ekonomi selama sepuluh tahun terakhir telah memengaruhi cara masyarakat memandang tempat tinggal. Kini, rumah tidak hanya dianggap sebagai kebutuhan pokok, namun melambungkan keberhasilan hidup, citra sosial, dan cerminan gaya hidup. Fenomena ini sangat terlihat di antara kaum muda, terutama Gen Z dan milenial pada saat ini memainkan peran utama dalam pasar properti di Indonesia.

Kabupaten Indramayu menunjukkan pertumbuhan jumlah penduduk yang stabil selama sepuluh tahun terakhir. Menurut laporan Kabupaten Indramayu pada 2025 oleh BPS, total penduduk kabupaten per akhir Desember 2024 diperkirakan mencapai 1.980.080 orang. Proyeksi menengah untuk tahun 2024 menunjukkan angka populasi sekitar 1,914 juta orang. Kenaikan jumlah penduduk ini dipengaruhi oleh struktur usia, sebagian besar terdiri dari individu dalam kategori usia produktif. Pada bulan Juni 2024, jumlah warga berumur 15 hingga 59 tahun tercatat sebanyak 1,28 juta orang dengan sekitar 65,7% dari keseluruhan populasi. Banyak populasi muda menjadi salah satu alasan utama Kabupaten Indramayu dianggap sebagai pasar yang menjanjikan untuk pengembangan sektor perumahan. Generasi Z, yang dilahirkan antara pertengahan tahun 1990-an sampai awal 2010-an, dikenal sebagai kalangan yang sangat terbiasa dengan teknologi, memiliki banyak impian, dan memiliki kecenderungan untuk lebih memilih sudut pandang secara jelas.

Gen Z memiliki ciri khas yang istimewa berupa terbiasa dengan teknologi, penuh ambisi, dan memiliki kecenderungan visual yang kuat. Cara hidup masyarakat Gen Z menunjukkan fokus pada pengalaman, keindahan, dan nilai yang bersifat pribadi dan sosial. Rumah tidak sekadar tempat untuk tinggal, melainkan sebagai arena untuk mengekspresikan diri. Keinginan hunian yang tidak hanya nyaman dalam hal fungsi, namun mencerminkan identitas diri, estetika di media sosial, dan sejalan dengan prinsip kehidupan yang berkelanjutan.

Kecenderungan Gen Z terhadap properti sangat dipengaruhi oleh tampilan desain, kemampuan terhubung secara digital, ventilasi udara alami, pencahayaan yang alami, dan ide tentang komunitas. Cara hidup menjadi sudut pandang dalam menentukan tempat tinggal, walaupun tampilan fisik dan lingkungan sosial sudah memenuhi standar yang ada, keputusan akhir sepenuhnya ditentukan oleh kecocokan nilai dengan gaya hidup individu.

Sementara itu, perkembangan gaya hidup kota semakin meningkat, kondisi ekonomi di sejumlah wilayah menghadapi tantangan sendiri. Kabupaten Indramayu memiliki kemajuan ekonomi tercermin dari peningkatan PDRB per kapita yang mencapai Rp. 54,67 juta pada tahun 2023 yang tercantum pada badan pusat statistika Kab. Indramayu. Namun, masih ada ketimpangan pendapatan, kehadiran sektor informal yang dominan, dan keterbatasan akses terhadap pembiayaan resmi.

Kondisi tersebut menyebabkan kemampuan finansial masyarakat belum sepenuhnya dapat memenuhi keinginan untuk perumahan yang semakin tinggi mulai dari harga maupun model. Mayoritas individu dalam usia kerja berprofesi sebagai petani, pekerja harian, atau pelaku usaha kecil menengah dengan pendapatan bervariasi dan tidak memadai untuk melakukan cicilan rumah melalui cara yang biasa. Oleh karena itu, perumahan perlu dirancang tidak hanya berdasarkan aspek teknis, tetapi disesuaikan dengan konteks ekonomi setempat.

Cakupan yang lebih luas, Indonesia saat ini sedang menghadapi sebuah fenomena baru berupa ketertarikan yang semakin tinggi dari generasi muda terhadap tempat tinggal kelas menengah atas hingga mewah. Berita laman (Mediana et al., 2023) dan (Kurniawan, 2025) mencatat bahwa beberapa masyarakat Gen Z dan milenial saat ini membeli rumah bukan sekadar untuk tempat tinggal, melainkan untuk menunjukkan status. Hal ini menunjukkan bahwa peran rumah telah bertransformasi berawal dari kebutuhan menjadi simbol modal gaya hidup.

Hunian yang mengusung konsep rumah pintar, desain arsitektur modern, dan lokasi *cluster* pribadi semakin banyak dicari. Namun, tidak semua masyarakat yang berencana untuk membeli memiliki daya beli yang sebanding dengan harapan. Situasi ini mengakibatkan ketidakcocokan antara cita-cita untuk memiliki rumah mewah pada kenyataan kemampuan untuk mewujudkan.

Beberapa aspek yang ada, pendapatan tetap berperan sebagai elemen penting yang menghubungkan niat dengan keputusan. Rendahnya level pendapatan tetap, tingginya jumlah pengangguran yang tidak terlihat, dan kurangnya akses terhadap kredit resmi membuat banyak masyarakat ragu untuk membeli rumah, meskipun minatnya cukup besar. Menurut data dari badan pusat statistika, sebagian besar masyarakat di Indramayu belum memiliki kondisi keuangan yang cukup untuk membeli properti, terutama jika properti tersebut memiliki fitur dan desain yang sesuai dengan gaya hidup modern perkotaan.

Oleh sebab itu, penyediaan tempat tinggal harus bisa mengatasi perbedaan melalui desain yang menarik dan berfungsi dengan baik, komunitas sosial yang mendukung, serta struktur harga dan pendanaan yang cocok dengan tingkat pendapatan daerah setempat.

Fakta di atas mengindikasikan bahwa pilihan untuk membeli properti, terutama di wilayah seperti Kabupaten Indramayu, tidak hanya didasari oleh unsur nyata seperti desain fisik bangunan atau kondisi sekitar namun, ada pertimbangan pribadi yang terwujud dalam cara hidup konsumen. Gaya hidup berfungsi sebagai alat pandang yang memfilter dampak dari tampilan fisik dan lingkungan sosial terhadap ketertarikan untuk membeli.

Pada pemaparan konteks tersebut, penelitian ini menyoroti dampak tampilan fisik dari properti dan lingkungan sosial terhadap ketertarikan untuk membeli, dengan gaya hidup konsumen berperan sebagai variabel moderator. Penelitian ini mengambil kejadian dari perumahan *cluster* Pesona Estate dan Pesona Citra Residence 2 yang masih dalam proses pembangunan dan berada di Kabupaten Indramayu sebagai fokus analisis dengan tujuan mengungkap hubungan antar variabel-variabel tersebut serta diharapkan, temuan dari penelitian dapat memberikan manfaat praktis bagi para pengembang properti dalam strategi pemasaran dan pengembangan properti sesuai pasar.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah Perumahan *Cluster* di Kabupaten Indramayu, sebagai berikut:

Pesona Estate dengan jumlah 97 unit, yang bertepatan di Jl. Talang Tembaga, Kel. Margadadi, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu.



Gambar 1. Denah Lokasi Penelitian

Sumber: Google Maps, 2025

Pesona Citra Residence 2 dengan jumlah 114 unit dengan rincian perumahan *bertipe cluster* atau komersial, yang bertepatan di Jl. Tambak Raya, Desa Tambak, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu.

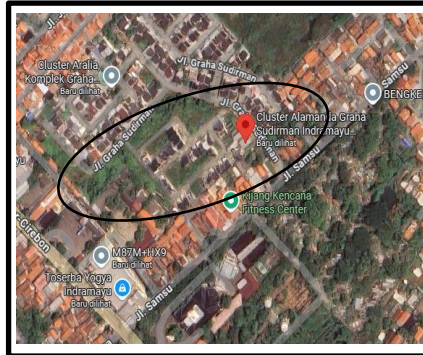


Gambar 2. Denah Lokasi Penelitian

Sumber: Google Maps, 2025

Graha Sudirman (*cluster Alamanda*) jumlah unit tidak diumumkan secara resmi akan tetapi disesuaikan dengan permintaan dan minat pembeli yang datang pada kantor pemasaran. Namun karena keterbatasan lahan maka, perkiraan konservatif

menurut staf pemasaran 89 unit, yang bertepatan di Jl. Samsu, Kel. Lemah Mekar, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu.



Gambar 3. Denah Lokasi Penelitian

Sumber: Google Maps, 2025

Populasi adalah objek penelitian yang digunakan sebagai sumber data untuk penelitian dari satu sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian



Gambar 4. Geografi Penelitian

Sumber : Google Maps, 2025

Pemilihan tiga area perumahan sebagai subjek penelitian dilakukan dengan melihat berbagai tahap pengembangan dan strategi pemasaran, yakni:

- 1) Pesona Estate, area sudah beroperasi dari awal tahun 2023 dan memiliki tempat tinggal yang sudah dihuni, sehingga konsumen mulai merasakan suasana lingkungan, layanan, dan nilai investasi dari tempat tinggal.
- 2) Pesona Citra Residence 2 (PCR 2), area yang sedang dalam proses pengembangan dari akhir tahun 2024, oleh karena itu memiliki dinamika pemasaran dan ketertarikan pembelian konsumen yang masih dalam pembentukan.
- 3) Gruha sudirman, area yang telah berjalan dan stabil dari tahun 2012 dengan berbagai macam *cluster* yang disajikan. Namun, *cluster* Alamanda proses pembangunan awal tahun 2024 sehingga memberikan konteks perbandingan terhadap ketertarikan pembelian dalam keadaan hunian yang telah terbukti di pasar.

Ketiga area dipilih karena dapat memberikan pandangan yang berbeda mengenai dinamika ketertarikan beli konsumen yang dipengaruhi oleh tahap

pembangunan dan sifat lingkungan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang luas tentang dampak dari tampilan fisik properti dan lingkungan sosial terhadap minat beli konsumen dengan gaya hidup konsumen berperan sebagai variabel moderator. Rincian lokasi penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Lokasi kawasan perumahan penelitian.

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Nama Kawasan	Kecamatan	Catatan Lokasi
Pesona Estate	Kelurahan Margadadi,, Kecamatan Indramayu	Jl. Talang Tembaga, Kelurahan Margadadi, Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu
Pesona Citra Residence 2 (PCR 2)	Kelurahan Tambak, Kecamatan Indramayu	Jl. Tambak Raya, Desa Tambak, Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu.
Graha Sudirman (<i>Cluster Alamanda</i>)	Kelurahan Lemahmekar, Kecamatan Indramayu	Jl. Samsu, Kelurahan Lemahmekar, Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu

A. Karakteristik Visual dan Kondisi Lingkungan Perumahan Cluster

Pengamatan di lapangan memberikan visual nyata mengenai elemen-elemen struktural bangunan, desain ruang, sirkulasi udara, pencahayaan, serta lingkungan sosial berupa hubungan antar penghuni, kemudahan akses, status kepemilikan, dan pengaruh sosial terhadap lingkungan. Dokumentasi observasi bertujuan sebagai landasan untuk memahami konteks karakteristik fisik dan sosial pada perumahan cluster di Kabupaten Indramayu. Selain itu, observasi lapangan berperan dasar kualitatif menjawab rumusan masalah kondisi tampilan fisik properti dan kondisi lingkungan sosial perumahan.

1) Pesona Estase

Perumahan *cluster* Pesona Estate adalah lingkungan tempat tinggal bergaya modern dan mulai dikembangkan pada awal tahun 2023 pada pertengahan bulan Januari. Lingkungan perumahan menampilkan gaya arsitektur minimalis kontemporer disertai desain seragam dan menggunakan material bangunan berkualitas hingga memberikan kesan teratur dan harmonis pada setiap rumah. Bangunan didominasi oleh bahan beton bertulang sentuhan cat berwarna netral memberikan kesan bersih dan anggun. Setiap unit rumah dilengkapi dengan elemen fasad modern dengan atap berbentuk segitiga memberikan identitas visual yang kuat untuk kawasan. Pesona estate memiliki area komersial berupa ruko berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi untuk para penghuni serta masyarakat setempat agar meningkatkan nilai strategis kawasan sebagai tempat tinggal yang terintegrasi.



Gambar 5. Kondisi Fisik Perumahan Pesona Estase

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2025

2) Pesona Citra Residence 2

Pesona Citra Residence 2 (PCR 2) adalah kompleks perumahan modern sedang dalam proses pengembangan yang aktif dengan pembangunan akhir tahun 2024 pada bulan november. Proyek direncanakan sebagai komunitas terpadu dengan 114 jumlah unit rumah terdiri dari berbagai *type* yakni, *type* 80/126, *type* 60/98, *type* 48/98, *type* 40/72, dan *type* 30/60 berkategori subsidi dan ditujukan untuk pembeli rumah pertama. Melalui pengamatan lapangan, *type* 60/98 sudah sepenuhnya selesai, sementara *type* 48/98 masih berada pada tahap awal konstruksi dengan satu unit tahap pekerjaan. Situasi di lapangan menunjukkan kemajuan pembangunan masih sangat aktif, terutama dalam penyelesaian struktur bangunan, jaringan infrastruktur, dan pengembangan area fasilitas umum.



Gambar 6. Kondisi Fisik Perumahan Pesona Citra Residence 2

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2-25

3) Graha Sudirman (*Cluster Alamanda*)

Graha Sudirman menghadapi berbagai macam *cluster*, *cluster* Alamanda diproyeksikan menjadi penutup kawasan modern dengan awal tahun 2024 pada bulan Januari diadakan iklan perumahan, *cluster* Alamanda adalah area perumahan yang menawarkan ciri khas tempat tinggal modern dengan penataan kawasan yang terorganisir dengan baik dan rapi. Tampilan fisik perumahan ini memperlihatkan desain rumah seragam dengan minimalis kontemporer. Struktur bangunan kuat karena menggunakan material beton yang berkualitas dan atap miring bertingkat, menciptakan kesan modern dan

praktis. Penataan fasad depan setiap unit tampak harmonis dengan garis arsitektural yang bersih dan sederhana memperkuat visual dari *cluster* sebagai area hunian yang terencana dan tertib.



Gambar 7. Kondisi Fisik Perumahan Graha Sudirman Cluster Alamanda

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

B. Karakteristik Profil Responden

Karakteristik para responden yang berpartisipasi dalam studi menunjukkan kesesuaian dengan konteks sosial dan ekonomi yang telah dijelaskan dalam pengantar penelitian. Perubahan pandangan masyarakat terkait tempat tinggal, terutama di kalangan generasi muda seperti Gen Z dan milenial, terlihat dalam susunan responden penelitian. Sebagian responden berada dalam kelompok usia produktif antara 23 hingga 28 tahun dengan yang tertinggi usia 26 hingga 28 tahun sebesar 45,3% dengan total 167 responden diterima, kemudian diikuti dengan usia 23 hingga 25 tahun sebesar 44,7% dengan total 165 responden. Pada kelompok usia yang telah mengalami perubahan nilai-nilai hidup dalam sepuluh tahun terakhir, terutama arti rumah sebagai simbol pencapaian, gaya hidup, dan identitas sosial selaras dengan tren nasional dengan tempat tinggal tidak lagi dilihat hanya berupa kebutuhan dasar namun, cerminan diri secara visual, penanda status sosial, dan sarana untuk mengekspresikan gaya hidup.

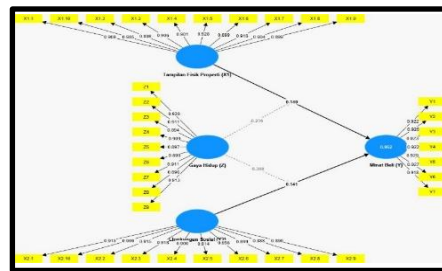
Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian dikemukakan untuk menjawab pertanyaan yang telah ditentukan, yakni tentang kondisi tampilan fisik dan lingkungan sosial pada perumahan *cluster* di Kabupaten Indramayu serta pengaruh kedua faktor tersebut terhadap minat beli dengan gaya hidup sebagai variabel yang memoderasi hubungan secara langsung. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada responden yang terdiri dari calon konsumen yang berpotensi membeli unit perumahan *cluster* di Kabupaten Indramayu, berupa Pesona Estate, PCR 2 (Pesona Citra Residence 2), dan Graha Sudirman (*cluster* Alamanda) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Calon konsumen yang menerima informasi dan sempat bertanya pada staf pemasaran properti,
- 2) Calon konsumen yang pernah mengunjungi properti ataupun kantor pemasaran properti, dan
- 3) Calon konsumen yang menimbang membeli dengan *booking* unit.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan masyarakat pada hunian dengan konsep *cluster* di daerah perkotaan maupun pinggiran Kabupaten Indramayu. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi pengembang properti dan pihak terkait dalam merancang strategi pemasaran serta perencanaan desain perumahan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumen saat ini. Dengan demikian, penemuan dari penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi dalam dunia akademik, namun manfaat praktis dalam pengembangan sektor properti perumahan di wilayah Kabupaten Indramayu. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan dalam menentukan langkah-langkah investasi serta pengembangan proyek perumahan di Kabupaten Indramayu ke depannya. Melalui pemahaman dampak dari tampilan fisik, kondisi sosial, dan gaya hidup konsumen, pengembang merancang produk hunian yang bersaing, mempunyai nilai jual yang tinggi, dan dapat memenuhi keinginan pasar yang selalu berubah.

A. Perhitungan *Outer Model*



Gambar 8. *Outer Model SemPLS4*

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Gambar 8 *output* PLS yang ditunjukkan, terlihat besarnya *factor loading* untuk setiap indikator yang muncul di atas panah yang menghubungkan variabel dengan indikator. Koefisien jalur yang tersaji di atas garis panah yang menghubungkan variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat. Hal tersebut menggambarkan kaitan hubungan antara variabel-variabel yang diuji dalam penelitian ini. Namun demikian, pada gambar terdapat nilai *R-Square* berada di dalam lingkaran yang mewakili variabel dependen minat beli. *R-Square* mengindikasikan besaran pengaruh variabel independen yakni, tampilan fisik, lingkungan sosial, dan gaya hidup sebagai variabel moderasi dengan penjelasan perubahan yang terjadi pada variabel dependen yakni, minat beli konsumen terhadap perumahan *cluster* di Kabupaten Indramayu.

B. Perhitungan *Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)*

Keabsahan indikator diukur dengan melihat nilai *factor loading* antara variabel dan indikator. Indikator dianggap absah jika nilai *factor loading* > 0,70 dengan nilai *T-Statistic* > 1,96 (nilai Z pada $\alpha = 0,05$). *Factor loading* adalah ukuran keterkaitan antara indikator dan variabel laten yang nilainya > 0,70, menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki relasi yang kuat dengan

variabel yang diukur maka, validitas indikator dianggap terpenuhi. Nilai *outer loading* > 0,70 menunjukkan bahwa sekitar 50% variasi suatu indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten yang merepresentasikan. Indikator jamaknya memiliki nilai *outer loading* berkisar 0,40 hingga 0,70 masih bisa dipertimbangkan untuk dihapus jika penghapusannya dapat memperbaiki nilai *composite reliability* atau *average variance extracted* (AVE) dari konstruk. Namun, penghilangan indikator mengurangi reliabilitas konstruk maka, indikator dengan nilai *outer loading* di bawah 0,70 masih dapat dipertahankan ketika memenuhi syarat signifikansi statistik (Hatta Setiabudhi, S.E et al., 2025).

C. Perhitungan *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel *Average Variance Extracted* SemPLS4

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

	Average Variance Extracted (AVE)
Gaya Hidup (Z)	0,820
Lingkungan Sosial (X2)	0,819
Minat Beli (Y)	0,853
Tampilan Fisik Properti (X1)	0,822

Berdasarkan pengolahan data pada tabel 5 didapatkan bahwa semua konstruk studi memiliki nilai AVE > 0,50. AVE pada variabel tampilan fisik properti sebesar 0,822, untuk variabel lingkungan sosial sebesar 0,819, untuk variabel gaya hidup sebesar 0,820, dan untuk variabel minat beli sebesar 0,853. Oleh karena itu, dapat disimpulkan semua konstruk penelitian telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik sehingga indikator-indikator yang diterapkan mampu dengan tepat dan konsisten merepresentasikan variabel laten

D. Perhitungan *Composite Reliability*

Tabel *Composite Reliability*

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

	Composite Reliability
Gaya Hidup (Z)	0,973
Lingkungan Sosial (X2)	0,975
Minat Beli (Y)	0,971
Tampilan Fisik Properti (X1)	0,976

Hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 6 variabel tampilan fisik properti sebesar 0,976, variabel lingkungan sosial sebesar 0,975, untuk gaya hidup sebesar 0,973, dan untuk minat beli sebesar 0,971. Nilai tersebut melebihi 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada studi ini memiliki tingkat keandalan tinggi dan indikator stabil dalam mengukur konstruk yang dituju.

E. Perhitungan *Latent Variable Correlation*

Tabel 7. *Latent Variabel Correlation* SemPLS4

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

	Gaya Hidup (Z)	Lingkungan Sosial (X2)	Minat Beli (Y)	Tampilan Fisik Properti (X1)
Gaya Hidup (Z)	1,000	0,985	0,957	0,987
Lingkungan Sosial (X2)	0,985	1,000	0,939	0,988
Minat Beli (Y)	0,957	0,939	1,000	0,941
Tampilan Fisik Properti (X1)	0,987	0,988	0,941	1,000

Berdasarkan tabel 7 terlihat rata-rata korelasi antara variabel-variabel menunjukkan angka > 0,5 menginterpretasikan adanya hubungan cukup kuat antar konstruk. Korelasi terbesar terjadi antara variabel gaya hidup (Z) dan minat beli (Y) sebesar 0,957 mengidentifikasi gaya hidup memiliki keterkaitan yang sangat dekat dengan minat beli konsumen perumahan *cluster* di Kabupaten Indramayu.

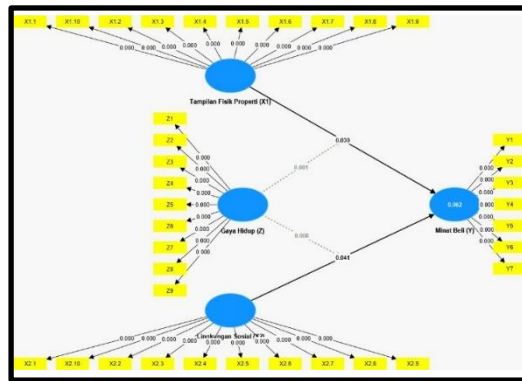
Hasil penelitian ini menunjukkan semakin sesuai gaya hidup konsumen dengan ide perumahan *cluster*, semakin tinggi minat untuk membeli tempat tinggal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, gaya hidup memiliki peranan krusial sebagai variabel yang berkaitan erat dengan minat beli, jika dibandingkan dengan variabel lain seperti tampilan fisik properti atau lingkungan sosial.

F. Perhitungan *Inner Model*

Metode *Structural Equation Modeling* yang menggunakan *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan model struktural atau *inner model* dapat menunjukkan interaksi antara variabel konstruk yang didasarkan pada hipotesis yang sudah ditetapkan. *Inner model* bertujuan menguraikan dampak yang ada di antara konstruk secara langsung maupun jalur tidak langsung sesuai dengan arah hubungan yang ditetapkan dalam penelitian.

Inner model menunjukkan susunan hubungan sebab akibat antara variabel yang tidak terikat (*independen*) dan variabel yang terikat (*dependen*). Tujuan dari model ini untuk menilai variabel yang tidak terikat dapat menerangkan variabel yang terikat melalui nilai koefisien jalur dan koefisien determinasi. Koefisien jalur memberikan informasi arah dan besaran pengaruh antar konstruk, nilai R^2 menunjukkan besaran variasi variabel *dependen* yang dapat diterangkan oleh variabel *independen* dalam model.

Nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan model memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel yang tidak terikat (Hair et al., 2021).



Gambar 9. Inner Model SemPLS4

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

1) Perhitungan R-Square

Tabel 8. R-Square SemPLS4

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

	R-square	R-square adjusted
Minat Beli (Y)	0,962	0,962

Berdasarkan tabel 8 terdapat R^2 sebesar 0,962 yang mengidentifikasi model dapat menggambarkan fenomena minat beli konsumen yang dipengaruhi oleh variabel independen seperti tampilan fisik properti, lingkungan sosial, dan gaya hidup dengan proporsi sebesar 96,2%. Meskipun demikian, besaran sisa 3,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel penelitian.

G. Pengujian Hipotesis

Proses *bootstrapping* memberikan nilai koefisien jalur, T-statistik, dan P-value untuk setiap keterkaitan antara variabel laten (Hair et al., 2021) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) T-statistik > 1,96 dengan signifikansi 5% atau P-value < 0,05, maka hubungan antar variabel dinyatakan signifikan dan hipotesis diterima.
- 2) T-statistik ≤ 1,96 atau p-value ≥ 0,05, maka hubungan antar variabel dianggap tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

Tabel 9. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) SemPLS4

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Tampilan Fisik Properti (X1) -> Minat Beli (Y)	0,140	0,140	0,079	1,772	0,039
Lingkungan Sosial (X2) -> Minat Beli (Y)	0,141	0,139	0,081	1,745	0,041

Gaya Hidup (Z) x Tampilan Fisik Properti (X1) -> Minat Beli (Y)	-0,239	-0,237	0,079	3,016	0,001
Gaya Hidup (Z) x Lingkungan Sosial (X2) -> Minat Beli (Y)	-0,308	-0,307	0,079	3,893	0,000

Berdasarkan analisis data yang ditunjukkan tabel 9 semua hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung maupun melalui variabel moderasi.

Hasil dari pengujian hipotesis yang menghubungkan variabel dalam penelitian ini yang telah ditentukan melalui rumusan masalah dengan diperlihatkan sebagai berikut:

- 1) Tampilan fisik memengaruhi minat beli, diterima dengan koefisien sebesar 0,140 dan T-statistik sebesar $1,772 > \alpha = 0,05 = 1,96$ sehingga dianggap positif signifikan.
- 2) Lingkungan sosial memengaruhi minat beli, diterima dengan koefisien sebesar 0,141 dan T-statistik sebesar $1,745 > \alpha = 0,05 = 1,96$ sehingga dianggap positif signifikan.
- 3) Gaya hidup memoderasi pengaruh tampilan fisik properti terhadap minat beli, diterima dengan koefisien sebesar -0,239 dan T-statistik sebesar $3,016 > \alpha = 0,05 = 1,96$ sehingga dianggap positif signifikan.
- 4) Gaya hidup memoderasi pengaruh lingkungan sosial terhadap minat beli, diterima dengan koefisien sebesar -0,308 dan T-statistik sebesar $3,893 > \alpha = 0,05 = 1,96$ sehingga dianggap positif signifikan.

Pembahasan

Jenis tempat tinggal di Indonesia dibedakan secara umum berdasarkan target pasar berupa, sederhana, menengah, dan mewah serta ukuran lahan. Namun, tanpa memandang segmentasi pasar, rumah terdiri dari elemen-elemen penting berupa, struktural maupun arsitektural. Struktural mencakup pondasi dengan penambahan arsitektural seperti atap, plafon, dinding, dan lantai dengan peranan yang penting tidak hanya dalam fungsi namun estetika serta perawatan dan pengecekan secara berkala agar mendapatkan kualitas serta keselamatan penghuni (Tamboeo et al., 2016) dan (Mesin et al., 2022).

Standar elemen struktural pada studi merupakan aspek utama dari tampilan fisik properti (VX 1). Para pembeli properti, khususnya segmen *cluster* di Kabupaten Indramayu memanfaatkan kualitas serta perawatan elemen-elemen sebagai indikator yang jelas dari nilai investasi dan jaminan keamanan. Tampilan fisik yang berkualitas tinggi yang ditandai dengan penggunaan material yang kuat dan desain yang efisien akan membentuk pandangan positif dan berperan sebagai rangsangan eksternal untuk mendorong minat beli (VY).

Tampilan fisik diukur dari elemen struktural dengan kualitas baik erat kaitannya dengan faktor gaya hidup konsumen (VZ). Konsumen yang memiliki gaya hidup modern, rasional, dan berorientasi pada masa depan condong menghargai kualitas pembangunan baik oleh karena itu, bangunan uat dan minim perbaikan dengan efisiensi waktu, kesehatan, dan status sosial. Tempat tinggal yang terbangun dengan baik pada perawatan atap, plafon, dan pondasi dapat dinilai sebagai representasi dari gaya hidup yang terbebas dari masalah teknis dan memiliki nilai tinggi.

Lingkungan sosial adalah kunci proses pengambilan keputusan untuk membeli properti. Tidak hanya terkait aspek fisik namun, elemen yang tidak terlihat berupa peluang bisnis, interaksi antara individu perumahan, solidaritas dan kolaborasi sosial antar warga perumahan yang terbentuk. Temuan penelitian menunjukkan lingkungan sosial memberikan dampak positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Pengaruh positif diperkuat oleh *theory of planned behavior* menyatakan bahwa lingkungan yang memiliki komunitas harmonis, reputasi baik, dan memberikan rasa aman serta kenyamanan psikologis akan menciptakan norma subjektif yang kuat sehingga meningkatkan keinginan berinvestasi. Konsumen makhluk sosial secara alami mencari rasa memiliki dan pengakuan dalam komunitas yang dianggap cocok.

Dampak positif lingkungan sosial mengalami tantangan yang rumit melalui peranan gaya hidup konsumen sebagai pengubah variabel. Penelitian menunjukkan adanya pengaruh moderasi negatif yang signifikan dalam hubungan antara lingkungan sosial dan minat beli. Negatif moderasi menunjukkan bahwa semakin tinggi tuntutan dan kemandirian gaya hidup konsumen terutama pada generasi milenial dan Gen Z di Indramayu maka, semakin lemah pengaruh positif lingkungan sosial secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian.

Analisis mengenai tiga kompleks bertema *cluster* pada Pesona Estate, Pesona Citra Residence 2, dan Graha Sudirman *Cluster* Alamanda menyediakan wawasan yang sangat mendetail tentang pandangan konsumen terhadap tempat tinggal modern terbentuk melalui interaksi antara tampilan fisik properti, kualitas sosial, dan pilihan gaya hidup. Dalam lingkungan pasar *real estate* di Kabupaten Indramayu, ketiga *cluster* tidak hanya mencerminkan variasi dalam tahap pembangunan, namun menunjukkan perkembangan preferensi masyarakat yang semakin dipengaruhi oleh perubahan sosial, ekonomi, dan budaya visual khususnya di kalangan generasi muda seperti Gen Z dan milenial.

Kajian teori yang terdapat dalam kajian pustaka, mengungkapkan pandangan individu terkait tempat tinggal tidak hanya diinterpretasikan reaksi logis terhadap kebutuhan material, melainkan penilaian yang rumit dengan dipengaruhi oleh rangsangan visual, interaksi sosial, dan identitas gaya hidup. Pilihan untuk membeli properti muncul dari berbagai faktor eksternal berupa, desain fisik dan keadaan lingkungan yang diproses secara mental oleh konsumen sebelum terwujud dalam bentuk ketertarikan untuk membeli (Kotler dan Keller, 2026). Kajian teori pemasaran kontemporer, aspek fisik dari properti berperan sebagai pendukung dan gaya hidup

individu memengaruhi cara konsumen menilai peranan hunian sesuai dengan kebutuhan dan nilai individu konsumen.

1) Analisis Tampilan Fisik Properti (VX 1)

Ketiga area permukiman yang dianalisis menunjukkan tingkat perkembangan fisik yang beragam, namun menuju pada ciri khas pada hunian modern yang mengedepankan estetika sederhana, kualitas bahan, dan penggunaan ruang yang efisien. Pesona Estate, kawasan telah berkembang dengan lebih ranum, mencerminkan penerapan desain minimalis modern yang konsisten. Penggunaan warna netral yang dominan, bentuk fasad seragam, dan bahan beton bertulang menunjukkan standar kualitas sesuai dengan selera estetika generasi muda yang dikenal memiliki kekuatan visual yang tinggi (Widiyastuti, 2018). Sistem ventilasi dan pencahayaan alami yang baik menggambarkan relevansi desain dengan prinsip kenyamanan untuk hunian tropis, sejalan dengan standar SNI 03-6575-2001 yang menekankan pentingnya pencahayaan alami dalam menciptakan kenyamanan termal.

Pesona Citra Residence 2 menawarkan nuansa yang berbeda, mayoritas unit masih dalam tahap pembangunan menyebabkan evaluasi dari konsumen lebih banyak mengacu pada persepsi tentang harapan maupun kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2016). Penilaian konsumen pada tempat tinggal berdasarkan desain, bahan yang dipakai, dan perkiraan hasil akhir dari proses pembangunan yang berlangsung. Gagasan tentang nilai masa depan yang dirasakan memperkuat nilai yang diyakini oleh konsumen terbentuk setelah rumah selesai dibangun. Keindahan desain, efektivitas ruang, dan rencana pengembangan kawasan menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat beli, sejalan dengan penelitian sebelumnya (Subiyanto & Handajani, 2021) yang menunjukkan konsumen muda lebih cenderung menilai properti berdasarkan potensi tidak hanya keadaan fisik.

Cluster Alamanda di Graha Sudirman menunjukkan visual yang konsisten dengan desain fasad yang seragam, garis arsitektur yang bersih, dan pengaturan blok yang teratur. Perpaduan nyaman lingkungan, estetika seragam, dan pemilihan material kuat menggambarkan hunian yang siap dihuni. Hal tersebut didukung teori tentang persepsi lingkungan mengemukakan bahwa tampilan fisik area memengaruhi citra mental konsumen mengenai kualitas sebuah hunian (Lorenzia, 2020) dan (Cecilia, 2007).

Secara menyeluruh, ketiga area pemukiman menunjukkan tampilan fisik properti adalah elemen kunci membentuk pandangan awal konsumen. Aspek visual seperti keindahan, kualitas bangunan, pencahayaan alami yang baik, sirkulasi udara yang baik, dan keselarasan desain berperan penting dalam membentuk penilaian awal mengenai tempat tinggal. Sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyoroti besaran faktor rangsangan visual dalam memengaruhi persepsi dan ketertarikan untuk membeli (Widiyastuti, 2018), (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, tampilan fisik terbukti menjadi variabel

yang sangat berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk membeli hunian modern di Indramayu.

2) Analisis Lingkungan Sosial (VX 2)

Kondisi sosial di lingkungan adalah faktor kedua yang sangat berpengaruh pada pandangan konsumen tentang kenyamanan dan kelayakan sebuah daerah tempat tinggal. Ketiga perumahan menunjukkan perbedaan dalam tahap perkembangan komunitas namun, menggambarkan dinamika interaksi sosial yang berkontribusi besar terhadap ketertarikan untuk membeli.

Pesona Estate telah lama dihuni berbagai pemilik rumah, menggambarkan adanya masyarakat yang stabil dan berkembang. Hubungan di antara penduduk terlihat melalui aktivitas sosial berupa, pertemuan rutin, acara keagamaan, dan kerja sama antar warga perumahan. Hal ini sejalan dengan konsep solidaritas sosial dengan interaksi yang berlangsung secara berulang dapat memperkuat norma, nilai sosial, dan rasa kebersamaan. Adanya fasilitas umum seperti ruko dan tempat ibadah juga berfungsi sebagai titik temu sosial yang memperkuat kohesi dalam komunitas (Soekantor, 2005). Sudut pandang perilaku konsumen, kondisi sosial yang stabil menciptakan nilai emosional yakni, rasa aman dan kenyamanan psikologis agar meningkatkan keinginan untuk tinggal lebih lama (Nguyen et al., 2022).

Perumahan yang lain, Pesona Citra Residence 2 masih di tahap awal pengembangan komunitas sosial karena sebagian besar unit masih dalam tahap konstruksi. Meskipun demikian, pihak pengembang telah menyediakan sarana komunikasi *online* memungkinkan para calon penghuni untuk berinteraksi, membahas masa depan kawasan, dan membentuk harapan sosial. Pandangan terhadap kelompok referensi dapat terbentuk bahkan sebelum terjadi kontak langsung. Oleh karena itu, meskipun interaksi sosial belum berlangsung secara intensif, konsumen tetap menciptakan pandangan positif mengenai komunitas sosial berdasarkan informasi dan cerita melalui *platform* daring (Ajzen, 2020).

Graha Sudirman *Cluster* Alamanda kini dalam proses perubahan, sebagian unit telah dihuni dan lainnya masih dalam tahap penjualan. Hubungan antar penghuni mulai terjalin melalui kegiatan saling membantu, pertemuan santai, dan kerja sama dalam menjaga keamanan lingkungan. Keberadaan pos jaga yang aktif menjadi salah satu elemen krusial dalam menciptakan rasa aman. Persepsi tentang keamanan adalah salah satu faktor yang memengaruhi keputusan untuk membeli rumah, khususnya bagi keluarga yang baru memulai (Tamboeo et al., 2016). Oleh karena itu, suasana sosial di *Cluster* Alamanda menunjukkan kemajuan yang mendukung terciptanya lingkungan tempat tinggal yang aman dan nyaman dengan peningkatan psikologis wilayah.

Secara menyeluruh, keadaan lingkungan sosial pada ketiga perumahan menggambarkan pola yang serupa dengan semakin baik interaksi sosial dan semakin terjaga kualitas lingkungan maka, semakin tinggi rasa emosional yang dirasakan oleh calon penghuni. Perilaku masyarakat, rasa emosional menjadi elemen penting dalam memengaruhi minat membeli, karena konsumen

memertimbangkan kenyamanan mental dan potensi komunitas selain aspek tampilan fisik (Nguyen et al., 2022).

3) Analisis Gaya Hidup Sebagai Moderator (VZ)

Gaya hidup sebagai variabel pengaruh memiliki peranan penting dalam memperkuat atau mengurangi dampak dari tampilan fisik serta lingkungan sosial terhadap minat konsumen dalam berbelanja. Data dari profil responden menunjukkan sebagian besar pembeli merupakan individu muda dengan usia antara 23 hingga 28 tahun, berpenghasilan menengah, memiliki ketertarikan di dunia digital, dan menganggap nilai estetika dan pengalaman sosial sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian rumah. Temuan ini mendukung pemahaman tentang gaya hidup pada aktivitas, minat, dan pendapat yang mengutarakan gaya hidup individu berpengaruh terhadap jenis hunian yang dipilih (Khan et al., 2021).

Perbedaan antara ambisi gaya hidup tinggi dan keterbatasan daya beli semakin menguatkan peranan gaya hidup sebagai penyaring yang memengaruhi tingkat daya tarik tampilan fisik dan lingkungan sosial. Kelompok milenial dan Gen Z cenderung melakukan penilaian kritis dengan menerima batas harga yang ketat namun, mengharapkan agar tampilan fisik dan lingkungan sosial harus mendapatkan cerminan gaya hidup yang diinginkan. Moderasi negatif yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tampilan fisik dan lingkungan sosial yang tidak sepenuhnya sesuai dengan preferensi gaya hidup konsumen di Indramayu akan menurunkan minat beli, walau demikian keseluruhan tampilan fisik dan lingkungan sosial merupakan faktor yang baik. Hasil dari moderasi negatif gaya hidup menggambarkan para pengembang tidak bisa hanya mengandalkan kualitas fisik atau lingkungan sosial untuk meningkatkan ketertarikan membeli, diperlukan kepastian untuk desain, fasilitas, dan konsep kawasan sesuai dengan gaya hidup konsumen yang ditargetkan. Pendekatan yang berfokus pada segmentasi gaya hidup semakin krusial dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk properti di daerah seperti, Indramayu yang mayoritas dihuni oleh konsumen muda dengan berbagai preferensi.

Pada perumahan Pesona Estate, cara hidup para konsumen sejalan dengan lingkungan sosial yang terorganisir dan stabil dengan tampilan fisik yang modern dan nyaman untuk konsumen yang berfokus pada keluarga atau mencari stabilitas, perumahan Pesona Estate memenuhi nilai yang dianggap penting. Pada perumahan Pesona Citra Residence 2, cara hidup para konsumen yang memiliki visi ke depan dan progresif lebih terlihat karena, penyediaan peluang pengembangan dan efisiensi ruang yang sesuai untuk individu dengan gaya hidup yang aktif. Namun, *Cluster Alamanda* menarik perhatian bagi konsumen yang mengedepankan estetika, kerapian visual, dan kualitas lingkungan yang mendukung kenyamanan dalam hidup modern.

Fungsi gaya hidup dalam memengaruhi hubungan antara tampilan fisik sebuah properti, lingkungan sosial, dan minat beli sejalan dengan teori

kesesuaian teoritis tentang penilaian pembeli condong memilih tempat tinggal jika tempat tinggal merefleksikan individu tersebut, nilai estetika, dan pilihan sosial yang diinginkan individu (Kotler dan Keller, 2016). Dari sudut pandang perilaku konsumen, tempat tinggal tidak hanya dilihat sebagai sebuah aset fisik namun, lambang gaya hidup yang ingin ditunjukkan kepada masyarakat sekitar.

Analisis terhadap tiga kawasan perumahan menggambarkan ketertarikan untuk membeli rumah merupakan hasil dari interaksi bersamaan antara elemen fisik, sosial, dan psikologis. Tampilan fisik dari properti menjadi rangsangan utama yang membentuk pandangan awal konsumen. Lingkungan sosial memberikan kenyamanan emosional dan rasa aman yang semakin menambah daya tarik. Meskipun demikian, gaya hidup berfungsi sebagai filter evaluasi yang menentukan perkembangan properti sesuai dengan nilai, aspirasi, dan preferensi secara individu. Keterkaitan antara ketiga faktor sejalan dengan model perilaku konsumen menurut (Muhammad, 2008), teori pemasaran oleh (Kotler dan Keller, 2016) serta teori perilaku terencana yang dikemukakan oleh (Ajzen, 2020) dengan dukungan oleh literatur modern tahun 2020 hingga 2025 berupa, (Lorenzia 2020); (Sugiyanto & Ginting, 2020); (Abdullah & Fathihani, 2021); (Subiyanto & Handajani, 2021); (Khan et al., 2021); (Choerrasjani & Krisprimandoy, 2022); (Savira & Sugiyanto, 2022); (Ernita et al., 2022); (Veyri & Yulinda, 2023); (Rima & Dini, 2023); dan (Ali & Asyik, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan. Perihal utama yang menunjukkan interpretasi terhadap penelitian berdasarkan uraian hasil penelitian dan saran yang berkenaan dampak dari Tampilan Fisik Properti (X1) serta Lingkungan Sosial (X2) terhadap Minat Beli (Y) dengan Gaya Hidup (Z) berperan sebagai variabel moderator pada perumahan *cluster* di Kabupaten Indramayu, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Penelitian ini mengungkapkan bahwa Tampilan Fisik Properti (X1) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Minat Beli (Y). Mengartikan bahwa, jika konsumen memiliki pandangan yang lebih baik mengenai kualitas desain, struktur bangunan, harmonisasi ruang, ventilasi, dan pencahayaan, maka tingkat ketertarikan untuk membeli unit perumahan *cluster* akan meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek estetika dan kenyamanan visual merupakan elemen penting dalam memengaruhi keputusan pembelian rumah kedepannya., Penelitian ini mengungkapkan bahwa Lingkungan Sosial (X2) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Minat Beli (Y). Lingkungan sosial yang seimbang, kemudahan akses, tingkat keamanan baik, serta kepemilikan yang maksimal menciptakan rasa aman dan menarik perhatian konsumen terhadap kawasan perumahan., Penelitian ini mengungkapkan bahwa Gaya Hidup (Z) terbukti dapat memengaruhi hubungan antara Tampilan Fisik Properti dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Beli. Koefisien negatif yang terlihat pada interaksi menunjukkan bahwa dampak dari dua variabel *independen* terhadap niat beli akan berkurang jika gaya hidup konsumen sangat tidak sesuai dengan karakteristik tempat tinggal.

Meskipun demikian, keselarasan antara gaya hidup dan konsep hunian *cluster* akan meningkatkan keinginan konsumen agar melakukan pembelian., Penelitian ini mengindikasikan bahwa 96,2% variasi dalam Minat Beli dapat dijelaskan melalui kombinasi variabel Tampilan Fisik Properti, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup yang berfungsi sebagai variabel moderator dengan terlihat dari besaran R^2 yang mencapai 0,962. Hal ini menunjukkan bahwa model struktural memiliki kekuatan yang signifikan dalam menerangkan perilaku minat beli dari konsumen namun 3,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian seperti, kondisi ekonomi dan persepsi mengenai harga properti.

Setelah melakukan penelitian dan mendapatkan temuan serta kesimpulan yang relevan, peneliti ingin memberikan beberapa saran sebagai langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan daya tarik properti residensial dan memperkuat ketertarikan konsumen untuk membeli. Berikut adalah saran dari penelitian: Penelitian yang lebih lanjut dapat mengembangkan model dengan memasukkan variabel luas seperti citra merek, nilai yang dirasakan, bahkan kepercayaan terhadap pengembang. Meskipun demikian, penggunaan analisis *multi-group* (MGA) dianjurkan untuk membedakan dampak di antara berbagai kelompok demografis konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Asy'ari, M., & Mustikowati, R. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Perumahan PT. Deni Cipta Graha Sidoarjo. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 45-56.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indramayu. (2023). Statistik Daerah Kabupaten Indramayu. Diakses dari <https://indramayukab.bps.go.id/id> pada 11 Juli 2025, pukul 20.31.
- Baiq, S., D., N. (2020). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Perumahan PT. Varindo Lombok Inti (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Cecilia, K. (2007). *Interior Design Considerations and Developing The Brief*. Principal Sydney. Australia: CK Design International.
- Djauhari, M. A. (2022). *Falsafah Ukuran Sampel (Formula Generik)*.
- Eben, N., Bode, L., & Irvan, T. (2023). *Pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap minat beli rumah di Perumahan Sawangan Permai Minahasa*.
- Febriyanti, G., & Nurtjahjadi, E. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Penentuan Lokasi terhadap Minat Beli Rumah di Komplek Bumi Indah Parahyangan. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 944-948. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1874>.
- Gayuh, U. F. (2012). Pengaruh Kecepatan dan Arah Aliran Udara Terhadap Kondisi Udara dalam Ruangan pada Sistem Ventilasi Alamiah. *Jurnal Rekayasa Mesin*, vol. 3, No. 2.
- Hatta Setiabudhi, S.E, M. A., Suwono, S.E, M. S., Yudi Agus Setiawan, S.S, M. ., & Syahrul Karim, M. S. (2025). Kuantitatif dengan smart pls.

- Ebooks.Borneonovelty.Com*, 1-115.
<https://ebooks.borneonovelty.com/media/publications/588838-analisis-data-kuantitatif-dengan-smartpl-29069ce4.pdf?>
- Idham, N. C. (2016). *Arsitektur dan Kenyamanan Termal*. Yogyakarta: Andi.
- Ifroh Ya Albi, Muhammad Raaid Hammas El Ghazali, & Eva Dwi Kurniawan. (2024). Tata Ruang Rumah Ideal dalam Novel Teka-Teki Rumah Aneh Karya Uketsu. *Sustainable Civil Building Management and Engineering Journal*, 1(2), 7. <https://doi.org/10.47134/scbmej.v1i2.2112>
- Kurniawan, A., (2025). Fenomena Baru, Gen Z Mulai Lirik Hunian Mewah. diakses dari: <https://ekbis.sindonews.com/read/1574395/34/fenomena-baru-gen-z-mulai-lirik-hunian-mewah-1748700304?showpage=all>.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, vol. 3, No. 2.
- Latifah, N. L. (2015). *Fisika Bangunan I*. Jakarta Griya Kreasi.
- Nurrunajmi, T., & Amaliah, I. (2024). Pengaruh Preferensi dan Minat terhadap Keputusan Milenial dalam Kredit Pemilikan Rumah di BJB Tamansari Bandung. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(5), 1464-1475.
- Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat No. 11 Tahun 2008 tentang Pedoman Keresasian Kawasan Perumahan dan Permukiman.