

Pengaruh Faktor Personal Digital Native Generasi Z terhadap Minat Eksploratif - Transaksional Pembelian Properti Green

Arifay Saini*, Mustaruddin, Nur Afifah, Titik Rosnani

Universitas Tanjungpura, Indonesia

Email: b3081251022@student.untan.ac.id*, mustaruddin@ekonomi.untan.ac.id,

nur.afifah@ekonomi.untan.ac.id, titik.rosani@ekonomi.untan.ac.id

Keywords:

generation z; digital native; green property; purchase intention; systematic literature review

Abstract

The dominance of Generation Z as digital natives and the urgency of environmental sustainability have created new dynamics in the real estate industry landscape. However, there is a gap between high search interest and low purchase realization. This SLR aims to synthesize the influence of Generation Z's digital personal factors on the transition from explorative interest to transactional interest in the context of green property purchases. This research strictly adopts the PRISMA 2020 protocol. Literature searches were conducted across three major global databases (Scopus, Web of Science, and ScienceDirect) focusing on publications from 2019 to 2026. Methodological quality assessment utilized the Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT). Out of 540 initial records, 38 core articles were extracted for thematic synthesis. Thematic analysis reveals three main findings. First, digital fluency and search algorithms exponentially escalate explorative interest. Second, high eco-centric values (eco-anxiety) transform green properties into a baseline preference standard. Third, a massive intention-behavior gap occurs in the transactional phase due to structural barriers; the financial pragmatism of Generation Z as first-time homebuyers clashes heavily with the green premium. Generation Z's high digital interaction and environmental idealism do not automatically translate into financial commitment due to purchasing power constraints. As a solution, this study proposes a new conceptual framework integrating the provision of "Green-Concept Subsidized Housing" as a strategic moderating variable to break the transactional deadlock, particularly in emerging markets. These findings provide crucial implications for the development of consumer behavior theory, property developers' marketing strategies, and public housing policy formulation.

Kata Kunci:

generasi z; digital native; properti hijau; niat beli; tinjauan literatur sistematis

Abstrak

Dominasi Generasi Z sebagai digital native dan urgensi keberlanjutan lingkungan telah menciptakan dinamika baru dalam lanskap industri real estate. Namun, terdapat kesenjangan antara tingginya minat pencarian dan rendahnya realisasi pembelian. Tinjauan literatur sistematis (SLR) ini bertujuan untuk menyintesis pengaruh faktor personal digital Generasi Z terhadap transisi dari minat eksploratif menuju minat transaksional dalam konteks pembelian properti berkonsep hijau (green property). Penelitian ini secara ketat mengadopsi protokol PRISMA 2020. Pencarian literatur dilakukan pada tiga basis data global utama (Scopus, Web of Science, dan ScienceDirect) dengan rentang waktu publikasi 2019–2026. Penilaian kualitas metodologis menggunakan instrumen Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT). Dari 540 rekaman awal, sebanyak 38 artikel inti diekstraksi untuk sintesis tematik. Analisis tematik mengungkap tiga temuan utama. Pertama, kefasihan digital dan algoritma penelusuran mengeskalasi minat eksploratif secara eksponensial. Kedua, tingginya nilai ekosentris (eco-anxiety) mengubah properti hijau menjadi standar preferensi dasar. Ketiga,

terjadi intention-behavior gap yang masif pada fase transaksional akibat hambatan struktural; pragmatisme finansial Generasi Z selaku pembeli rumah pertama berbenturan keras dengan harga premium (*green premium*). Tingginya interaksi digital dan idealisme lingkungan Generasi Z tidak secara otomatis mengarah pada komitmen finansial akibat hambatan daya beli. Sebagai solusi, kajian ini mengusulkan kerangka konseptual baru yang mengintegrasikan penyediaan "Rumah Subsidi Berkonsep Green" sebagai variabel moderasi strategis untuk memecah kebuntuan transaksional, khususnya di negara berkembang. Temuan ini memberikan implikasi krusial bagi pengembangan teori perilaku konsumen, strategi pemasaran pengembang properti, serta formulasi kebijakan perumahan publik.

PENDAHULUAN

Dunia saat ini tengah menghadapi dua mega-tren yang beririsan secara signifikan: urgensi mitigasi perubahan iklim dan dominasi digitalisasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks industri *real estate*, hal ini memicu transisi masif menuju pengembangan *Green Property* atau properti ramah lingkungan yang mengedepankan efisiensi energi, reduksi emisi karbon, dan material berkelanjutan (Zhang et al., 2021). Bersamaan dengan itu, pergeseran demografis menempatkan Generasi Z (Gen Z) individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an sebagai kelompok konsumen yang mulai mendominasi populasi usia produktif (Dabija et al., 2019).

Sebagai *digital native* sejati, Gen Z memiliki karakteristik psikologis dan perilaku konsumsi yang sangat berbeda dibandingkan generasi pendahulunya. Mereka terpapar oleh arus informasi global sejak usia dini, yang tidak hanya membentuk tingkat literasi digital yang tinggi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran lingkungan yang tajam, sering kali bermanifestasi sebagai *eco-anxiety* atau kecemasan ekologis (Ghazali et al., 2018). Karakteristik personal ini secara teoretis memosisikan Gen Z sebagai target pasar paling ideal untuk *Green Property* (Ali et al., 2023). Namun, realitas interaksi mereka dengan pasar properti menunjukkan dinamika yang jauh lebih kompleks.

Meskipun Gen Z menunjukkan preferensi nilai yang kuat terhadap produk keberlanjutan, terdapat polarisasi perilaku ketika berhadapan dengan komoditas bernilai tinggi (*high-involvement product*) seperti properti. Polarisasi ini terlihat dari adanya kesenjangan antara minat eksploratif dan minat transaksional. Kefasihan digital Gen Z mendorong tingginya minat eksploratif; mereka secara proaktif menavigasi platform digital, memanfaatkan teknologi *Augmented Reality* (AR) atau *Virtual Tour* untuk mengeksplorasi desain bangunan hijau, serta mengonsumsi konten terkait *smart and green home* di media sosial (Ullah et al., 2018).

Akan tetapi, tingginya intensitas eksplorasi ini tidak selalu berbanding lurus dengan niat untuk melakukan pembelian aktual (minat transaksional). Keputusan transaksional dalam pembelian properti ramah lingkungan sering kali terhambat oleh persepsi harga premium (*green premium*), skeptisisme terhadap klaim *greenwashing* dari pengembang, serta pragmatisme finansial yang dialami oleh generasi muda di tengah ketidakpastian ekonomi makro (Judge et al., 2019). Fenomena ini menciptakan *intention-behavior gap* (kesenjangan antara niat dan perilaku) yang menjadi tantangan besar bagi para pemangku kepentingan di sektor properti.

Tinjauan literatur awal menunjukkan bahwa studi mengenai niat beli properti ramah lingkungan telah banyak dilakukan. Namun, sebagian besar literatur terdahulu cenderung berfokus pada Generasi Milenial atau menggunakan agregasi demografi tanpa memisahkan Gen Z secara spesifik (Zhao et al., 2021). Lebih lanjut, kajian perilaku konsumen di sektor properti saat ini umumnya memperlakukan "niat beli" (*purchase intention*) sebagai satu variabel tunggal yang utuh.

Sangat jarang ditemukan penelitian yang secara spesifik membedah fase niat beli menjadi dua dimensi yang berbeda yaitu fase eksplorasi (berbasis pencarian informasi digital) dan fase transaksi (berbasis komitmen finansial) khususnya dengan menempatkan faktor personal *digital native* sebagai prediktor utama. Oleh karena itu, *Systematic Literature Review* (SLR) ini bertujuan untuk mengisi celah literatur tersebut dengan menyintesis temuan-temuan empiris terkini guna membangun pemahaman yang komprehensif mengenai transisi minat konsumen Gen Z. Untuk memberikan arah yang terstruktur dalam tinjauan literatur ini, dirumuskan tiga Pertanyaan Penelitian (RQ). Pertama, apa saja faktor personal yang meliputi aspek psikologis, literasi digital, dan nilai ekologis yang paling determinan dalam memengaruhi interaksi Generasi Z terhadap Green Property. Kedua, bagaimana literatur saat ini membedakan dan menjelaskan transisi antara minat eksploratif dan minat transaksional Generasi Z dalam konteks pembelian properti ramah lingkungan. Ketiga, apa saja kesenjangan literatur yang tersisa saat ini, dan bagaimana kerangka konseptual yang dapat diusulkan untuk agenda penelitian di masa depan. Manfaat penelitian ini adalah menyediakan sintesis komprehensif faktor personal digital native yang membedakan minat eksploratif dan transaksional Generasi Z pada properti hijau, sehingga memperkaya teori perilaku konsumen, sekaligus menjadi acuan bagi pengembang properti dan pemerintah dalam merancang strategi pemasaran serta kebijakan perumahan subsidi berkonsep hijau yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z, serta menawarkan kerangka konseptual baru yang mengintegrasikan variabel moderasi Rumah Subsidi Berkonsep Green untuk memecah kebuntuan transaksional, khususnya di negara berkembang.

METODE PENELITIAN

Metodologi dalam pembahasan ini menguraikan desain dan prosedur penelitian yang diaplikasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian, yakni menyintesis secara komprehensif literatur global mengenai dinamika perilaku konsumen Generasi Z terhadap *Green Property*. Mengingat kompleksitas fenomena yang diteliti yang melibatkan interseksi antara psikologi konsumen, jejak digital (*digital nativism*), dan nilai-nilai keberlanjutan lingkungan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dipilih sebagai desain penelitian utama. Berbeda dengan tinjauan literatur naratif tradisional yang rentan terhadap *cherry-picking*, SLR menawarkan kerangka kerja ilmiah yang ketat, transparan, dan dapat direplikasi untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, serta mengintegrasikan temuan-temuan dari berbagai studi empiris maupun teoretis secara terstruktur (Tranfield et al., 2003).

Penggunaan SLR dalam ranah riset manajemen dan perilaku konsumen saat ini dipandang krusial untuk memetakan evolusi teoretis serta mengidentifikasi celah literatur (*research gaps*) secara objektif, sehingga dapat menghasilkan landasan konseptual yang kokoh tanpa terpengaruh oleh bias subjektivitas peneliti (Paul et al., 2021). Melalui pendekatan ini, variasi temuan terkait dikotomi minat eksploratif dan transaksional Gen Z dapat

dikonsolidasikan untuk menghasilkan wawasan baru yang *evidence-based*. Oleh karena itu, bagian selanjutnya dari bab ini akan merinci tahapan operasional SLR yang dilakukan secara sekuensial; dimulai dari penetapan protokol penelusuran, perancangan strategi pencarian pada basis data bereputasi, penentuan kriteria inklusi dan eksklusi, hingga prosedur ekstraksi data dan penilaian kualitas literatur yang menjadi fondasi bagi sintesis tematik di bab pembahasan.

Protokol dan Panduan Tinjauan

Untuk menjamin tingkat transparansi, ketelitian metodologis (methodological rigor), dan reproduktibilitas penelitian, tinjauan literatur ini disusun dengan secara ketat mengadopsi pedoman baku Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) versi pemutakhiran tahun 2020 (Page et al., 2021). Meskipun pada awalnya pedoman PRISMA dikembangkan secara spesifik untuk disiplin ilmu medis dan klinis, kerangka kerja ini kini telah diakui dan diadaptasi secara luas sebagai "standar emas" (gold standard) dalam penelitian ilmu sosial, manajemen, dan perilaku konsumen guna memitigasi secara signifikan bias seleksi yang sering melekat pada tinjauan literatur tradisional (Snyder, 2019).

Penggunaan protokol PRISMA dalam studi ini difungsikan untuk memberikan peta jalan hierarkis dan terstruktur yang wajib dilalui melalui empat fase evaluasi yang ketat, yakni: tahap identifikasi (identification) melalui basis data, penyaringan (screening) awal, penilaian kelayakan teks penuh (eligibility), dan penetapan literatur akhir (included) yang akan diekstraksi untuk sintesis kualitatif (Page et al., 2021). Lebih lanjut, mengingat sifat multidisipliner dari fenomena yang diteliti yang mengawinkan elemen rekam jejak interaksi digital (digital nativism) dari domain sistem informasi dengan dinamika pengambilan keputusan (purchase intention) dari domain psikologi konsumen protokol penelitian ini turut mengintegrasikan prinsip-prinsip tinjauan sistematis yang dikemukakan oleh Kitchenham et al. (2009). Adaptasi kerangka Kitchenham ini dinilai krusial untuk memastikan bahwa parameter tinjauan mampu secara sensitif menangkap dan mengevaluasi literatur yang membahas intervensi teknologi digital dalam fase eksploratif Gen Z (seperti pencarian informasi via virtual reality atau media sosial) sebelum mereka bertransisi menuju fase transaksional.

Sebagai landasan operasional, seluruh kriteria tinjauan dalam protokol ini didefinisikan dan ditetapkan secara a priori (sebelum proses ekstraksi data aktual dimulai) untuk berfungsi sebagai instrumen penjaga validitas (validity safeguard) (Xiao & Watson, 2019). Pendekatan preskriptif ini memastikan bahwa proses pengumpulan, penyeleksian, dan analisis data berjalan secara objektif dan sistematis, sehingga sintesis akhir murni merepresentasikan lanskap epistemologis terkini dari interaksi Gen Z terhadap Green Property, bukan merupakan hasil agregasi subjektif dari peneliti.

Strategi Pencarian

Tahapan krusial dalam menjamin kelengkapan (*exhaustiveness*) dan memitigasi bias publikasi dalam suatu tinjauan literatur sistematis terletak pada transparansi dan kekokohan strategi pencarian yang diterapkan (Gusenbauer & Haddaway, 2020). Guna memastikan seluruh literatur ilmiah yang relevan dapat diidentifikasi secara menyeluruh, penelusuran artikel dalam studi ini dilakukan secara komprehensif pada tiga basis data (*database*) elektronik internasional terkemuka yang memiliki reputasi tinggi serta cakupan indeksasi yang kuat dalam bidang perilaku konsumen, manajemen bisnis, dan keberlanjutan: Scopus, Web of Science (WoS), dan ScienceDirect (Paul et al., 2021). Pemilihan ketiga basis data ini didasarkan pada

kemampuannya dalam menyediakan artikel *peer-reviewed* berkualitas tinggi yang relevan dengan irisan aspek psikologi digital dan keputusan ekonomi dalam industri properti.

Formulasi untaian pencarian (*search string*) dalam studi ini dikembangkan secara saksama menggunakan pendekatan kerangka **PICOC** (*Population, Intervention, Comparison, Outcome, Context*) untuk menjamin presisi dan sensitivitas hasil penelusuran (Petticrew & Roberts, 2006). Dalam konteks penelitian ini, komponen PICOC didefinisikan sebagai berikut:

1. **Population (P):** Generasi Z atau *Digital Native*.
2. **Intervention (I):** Faktor personal (karakteristik psikologis, literasi digital, nilai ekologis).
3. **Comparison (C):** Tidak diaplikasikan secara spesifik karena bukan studi eksperimental.
4. **Outcome (O):** Minat eksploratif dan minat transaksional (perilaku konsumen).
5. **Context (C):** Pembelian *Green Property*.

Berdasarkan dekonstruksi komponen tersebut, kata kunci yang relevan diidentifikasi dan dikombinasikan menggunakan operator Boolean (*AND, OR*) serta teknik pemotongan kata (*truncation* berlambang asteris *) pada akhir kata dasar untuk menangkap variasi sufiks atau bentuk jamak (Gusenbauer & Haddaway, 2020). Strategi pencarian ini diterapkan pada kolom pencarian judul, abstrak, dan kata kunci (*Title, Abstract, Keywords*) pada masing-masing mesin pencari basis data. Konstruksi *Boolean search string* final yang diaplikasikan adalah sebagai berikut:

("Generation Z" OR "Gen Z" OR "Digital Native*" OR "Centennial*") AND ("Green Property" OR "Green Building*" OR "Sustainable Housing" OR "Eco-friendly Real Estate") AND ("Purchase Intention*" OR "Explorative*" OR "Transactional*" OR "Consumer Behavior" OR "Buying Decision")

Tabel 1. Matriks Dekonstruksi Sintaksis

Komponen PICOC	Cakupan Konseptual	Kata Kunci Utama & Sinonim (Search Terms)
Population (P)	Target demografi spesifik selaku subjek	"Generation Z" OR "Gen Z" OR "Digital Native*" OR "Centennial*"
Intervention (I)	Variabel prediktor / Faktor personal digital	"Digital Literacy" OR "Green Value*" OR "Eco-awareness" OR "Personal Factor*"
Outcome (O)	Perilaku spesifik yang diukur	"Purchase Intention*" OR "Explorative*" OR "Transactional*" OR "Consumer Behavior"
Context (C)	Ranah industri atau objek studi	"Green Property" OR "Green Building*" OR "Sustainable Housing" OR "Eco-real estate"

Sumber: Diolah penulis berdasarkan kerangka PICOC, 2026

Selain mengandalkan penelusuran terkomputerisasi pada basis data utama, penelitian ini juga menerapkan teknik pencarian manual tambahan berupa *snowballing strategy* yang mencakup *backward snowballing* (memeriksa daftar pustaka dari artikel kunci yang ditemukan) dan *forward snowballing* (mengidentifikasi artikel baru yang mensitasi artikel kunci tersebut) sesuai dengan panduan Wohlin (2014). Langkah pelengkap ini bertujuan untuk meminimalkan risiko terlewatnya artikel-artikel pionir atau konseptual penting yang mungkin menggunakan

terminologi berbeda namun memiliki substansi teori yang sangat relevan dengan dinamika minat eksploratif dan transaksional Gen Z pada properti hijau.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Tahapan penapisan (*screening*) literatur merupakan mekanisme kontrol kualitas utama dalam protokol PRISMA. Kriteria inklusi dan eksklusi dalam studi ini diformulasikan tidak hanya untuk menyaring kelayakan batas metodologis, tetapi juga untuk memastikan relevansi teoretis dan kematangan kontekstual dari artikel terhadap fenomena dikotomi minat eksploratif dan transaksional pada Generasi Z.

Mengingat transisi menuju pembelian properti bagi *digital native* sangat dipengaruhi oleh pragmatisme finansial dan kebijakan struktural (seperti skema pembiayaan KPR atau ketersediaan perumahan bersubsidi), kriteria yang ditetapkan harus mampu menjaring literatur yang tidak bias pada segmen properti mewah semata. Oleh karena itu, batasan kelayakan literatur dirumuskan secara presisi.

Kriteria Inklusi difokuskan pada artikel-artikel yang memberikan kontribusi empiris maupun konseptual tingkat tinggi. Literatur yang dipertahankan untuk tahap ekstraksi data wajib memenuhi seluruh parameter berikut:

- 1) **Validitas Sumber:** Artikel berupa *research paper* penuh yang dipublikasikan dalam jurnal internasional bereputasi (*peer-reviewed*), guna menjamin bahwa temuan telah melalui proses validasi sejawat yang ketat.
- 2) **Keterkinian Data (Temporal):** Dipublikasikan dalam jendela waktu 7 tahun terakhir (2019–2026). Rentang ini dipilih secara spesifik karena diskursus mengenai properti hijau (termasuk rumah konsep *green*) dan masuknya Gen Z ke dalam pasar tenaga kerja yang membentuk daya beli mereka, baru mencapai titik ekuilibrium pengamatan pada periode ini.
- 3) **Spesifisitas Demografi:** Kajian yang secara eksplisit memisahkan kumpulan data (*dataset*) Generasi Z dari kelompok usia lainnya, sehingga karakteristik personal (seperti literasi digital dan *eco-anxiety*) dapat diisolasi efeknya terhadap niat beli.
- 4) **Dimensi Perilaku & Konteks Pembiayaan:** Studi yang membahas niat konsumen tidak hanya sebagai konstruksi tunggal, melainkan menyinggung tahapan pencarian informasi (eksploratif) hingga realitas komitmen finansial (transaksional), termasuk artikel yang mempertimbangkan peran fasilitas kredit perumahan, harga, atau insentif pada properti hijau.

Sebagai instrumen pembatas, Kriteria Eksklusi diaplikasikan untuk mengeliminasi literatur yang dapat mengaburkan fokus sintesis atau menurunkan ketahanan kuasi-kualitatif dari SLR ini. Literatur dieksklusi apabila memenuhi salah satu kondisi berikut:

- 1) **Format Publikasi:** Dokumen berupa *grey literature* (laporan teknis pemerintah/LSM), *book chapters*, *conference proceedings*, editorial, dan opini yang tidak memuat data empiris penuh.
- 2) **Generalisasi Generasional:** Studi yang menggunakan sampel multi-generasi (menggabungkan Gen X, Milenial, dan Gen Z) namun gagal menyajikan analisis komparatif atau uji beda yang mengisolasi perilaku spesifik Gen Z.
- 3) **Reduksi Arsitektural:** Literatur yang semata-mata membahas properti hijau dari lensa teknis arsitektur, sipil, atau rekayasa material bangunan (*engineering-focused*) tanpa mengaitkannya dengan variabel psikologi perilaku konsumen.

- 4) **Bias Segmen Pasar:** Kajian yang secara eksklusif hanya *meneliti* minat pembelian properti hijau di segmen premium/mewah (*luxury real estate*), karena hal ini tidak merepresentasikan realitas struktural Gen Z yang umumnya merupakan pembeli rumah pertama (*first-time homebuyers*).

Untuk memudahkan pembacaan dan pemetaan parameter, kriteria tersebut direkapitulasi secara ringkas pada matriks yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Parameter	Kriteria Inklusi (Diterima)	Kriteria Eksklusi (Ditolak)
Tipe Dokumen	Artikel jurnal <i>peer-reviewed</i> (Empiris/Konseptual)	<i>Proceedings</i> , buku, editorial, laporan teknis
Rentang Waktu	2019 – 2026	Diterbitkan sebelum tahun 2019
Fokus Subjek	Gen Z dianalisis secara spesifik / terpisah	Agregasi generasi tanpa pemisahan data Gen Z
Konteks Perilaku	Membahas minat eksploratif vs transaksional & finansial	Fokus murni pada teknis arsitektur / material sipil
Segmen Properti	Mencakup perumahan terjangkau, bersubsidi, atau KPR hijau	Eksklusif pada <i>luxury/premium green real estate</i>

Sumber: Diolah penulis berdasarkan protokol PRISMA 2020, 2026

Ekstraksi Data & Penilaian Kualitas (Quality Assessment)

Setelah menetapkan kumpulan artikel yang lolos kriteria inklusi, tahapan operasional berikutnya adalah melakukan ekstraksi data secara sistematis dan penilaian kualitas terhadap artikel-artikel terpilih tersebut. Langkah ini krusial untuk mentransformasikan data kualitatif dan kuantitatif dari berbagai studi primer ke dalam format yang seragam sebelum dilakukan analisis sintesis (Snyder, 2019).

Protokol Ekstraksi Data

Proses ekstraksi data dilakukan secara independen menggunakan formulir ekstraksi data standar (*standardized data extraction form*) digital untuk memastikan konsistensi dan akurasi (Xiao & Watson, 2019). Setiap artikel diekonstruksi ke dalam matriks tabulasi yang dirancang secara spesifik untuk menangkap variabel-variabel kunci yang relevan dengan ekosistem digital native dan perilaku pembelian properti hijau.

Komponen data yang diekstraksi dari setiap dokumen primer meliputi:

- 1) **Informasi Bibliografi:** Nama penulis, tahun publikasi, nama jurnal, dan klaster wilayah/negara tempat penelitian dilakukan.
- 2) **Karakteristik Metodologis:** Desain penelitian (kuantitatif, kualitatif, atau *mixed-methods*), ukuran sampel (*sample size*), teknik pengambilan sampel, dan alat analisis statistik yang digunakan (misalnya SEM-PLS, CB-SEM, atau analisis tematik).
- 3) **Substansi Teoretis:** Teori dasar yang melandasi model penelitian (misalnya *Theory of Planned Behavior* atau *Value-Belief-Norm Theory*).
- 4) **Operasionalisasi Variabel:** Indikator yang digunakan untuk merepresentasikan faktor personal *digital native* (literasi teknologi, preferensi visual digital, nilai ekologis) serta ukuran fungsional untuk membedakan minat eksploratif (aktivitas riset online, penggunaan *virtual tour*) dan minat transaksional (komitmen pembiayaan, kesiapan aplikasi KPR).

- 5) **Temuan Utama:** Arah hubungan antar variabel (efek langsung, mediasi, atau moderasi) dan ukuran kekuatan efek (*effect size*).

Penilaian Kualitas (*Quality Assessment*)

Untuk memastikan bahwa sintesis literatur tidak terdistorsi oleh metodologi studi primer yang lemah, penilaian kualitas dilakukan secara paralel dengan proses ekstraksi menggunakan instrumen *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT) versi 2018 (Hong et al., 2018). MMAT dipilih karena memiliki fleksibilitas tinggi dan validitas yang diakui secara internasional untuk mengevaluasi studi dengan desain yang beragam (kualitatif, kuantitatif deskriptif, kuantitatif non-acak, maupun metode campuran) dalam satu protokol tunggal. Proses penilaian kualitas ini bertumpu pada lima kriteria inti MMAT yang disesuaikan berdasarkan metodologi masing-masing artikel seperti yang digambarkan pada Tabel 3.

Setiap kriteria dinilai dengan skala biner: "Ya" (skor 1) atau "Tidak/Tidak Jelas" (skor 0). Skor total dikonversi menjadi persentase kualitas metodologis. Dalam SLR ini, ditetapkan ambang batas kualitas (*quality threshold*) sebesar $\geq 60\%$. Artikel yang berada di bawah ambang batas ini akan dieksklusi dari sintesis akhir atau diberi catatan kritis pada bab pembahasan jika temuannya tetap dipertahankan sebagai anomali teoretis. Penilaian kualitas dua arah ini meminimalkan risiko penarikan kesimpulan yang keliru akibat cacat metodologis pada tingkat studi primer (Kraus et al., 2020).

Tabel 3. Kriteria Evaluasi Utama MMAT

Desain Studi Primer	Kriteria Evaluasi Utama MMAT (Hong et al., 2018)
Studi Kuantitatif (Survei/Asosiatif)	1. Apakah sampel representatif terhadap populasi target (Gen Z)? 2. Apakah instrumen pengukuran valid dan reliabel? 3. Apakah data yang hilang (<i>missing data</i>) ditangani secara memadai? 4. Apakah bias seleksi diminimalkan? 5. Apakah analisis statistik sesuai dengan pertanyaan penelitian?
Studi Kualitatif (Wawancara/Fokus Grup)	1. Apakah pendekatan kualitatif sesuai untuk menjawab masalah? 2. Apakah pengumpulan data mengekspresikan fenomena secara mendalam? 3. Apakah temuan diturunkan secara logis dari data mentah? 4. Apakah ada koherensi antara interpretasi data dan teori? 5. Apakah bias peneliti diminimalkan?

Sumber: Diadaptasi dari Hong et al., 2018

HASIL DAN PEMBAHASAN

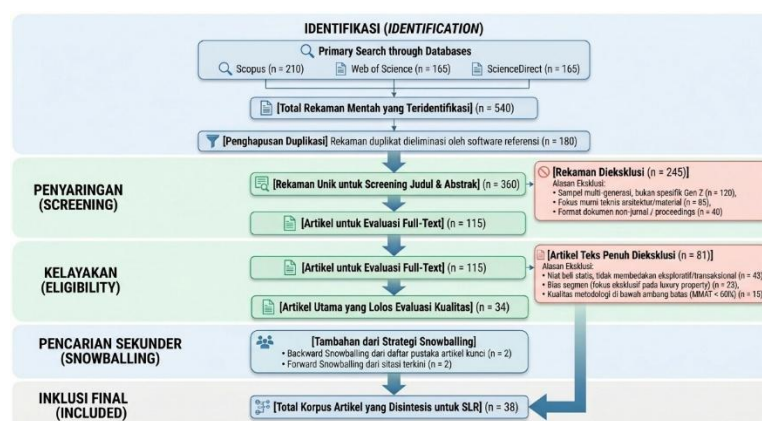
Penyajian hasil pada bab ini berfungsi sebagai jembatan empiris yang mentransformasikan data literatur mentah menjadi struktur tematik yang siap disintesis. Sebelum melangkah pada analisis konseptual yang lebih mendalam di bab pembahasan, bab ini secara khusus memaparkan bukti-bukti objektif mengenai bagaimana korpus literatur diidentifikasi, disaring, dan diklasifikasikan berdasarkan protokol *Systematic Literature Review* (SLR) yang telah ditetapkan sebelumnya. Transparansi dalam bab ini menjadi sangat krusial untuk menjamin pemenuhan asas auditability dan replicability, yang merupakan pilar utama dari sebuah tinjauan retorika ilmiah yang bereputasi tinggi (Page et al., 2021).

Pemaparan hasil dalam bab ini disusun secara sekuensial ke dalam tiga bagian utama untuk memberikan peta jalan (roadmap) pemahaman yang sistematis bagi pembaca. Bagian pertama menguraikan rekonstruksi kronologis dan kuantitatif dari alur eliminasi artikel, mulai

dari pencarian awal pada tiga basis data global hingga penetapan artikel inti menggunakan diagram alir PRISMA 2020. Bagian kedua menyajikan pemetaan karakteristik deskriptif dari literatur yang lolos penapisan, yang mencakup tren tahun publikasi, pendekatan metodologis, serta variasi kontekstual antara pasar properti di negara maju dan negara berkembang. Akhirnya, bagian ketiga menyajikan kategorisasi tematis yang mengelompokkan artikel ke dalam klaster-klaster variabel prediktor. Pemetaan tematis ini memisahkan secara tegas bagaimana faktor personal digital native memengaruhi fase pencarian informasi digital (minat eksploratif) dan bagaimana faktor tersebut berbenturan dengan realitas komitmen finansial (minat transaksional) Generasi Z dalam ekosistem *Green Property*.

Hasil Seleksi Literatur (Alur PRISMA)

Eksekusi penelusuran literatur dalam *Systematic Literature Review* (SLR) ini mengikuti meta-protokol *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020 secara ketat melalui empat tahapan sekuensial: identifikasi, penyaringan (*screening*), penilaian kelayakan (*eligibility*), dan inklusi final (Page et al., 2021). Seluruh dinamika penyusutan data dari jumlah temuan mentah hingga menghasilkan korpus inti (*core articles*) didokumentasikan secara sistematis guna memastikan keandalan metodologis.



Gambar 1. Diagram Alir PRISMA

Sumber: Diolah penulis berdasarkan protokol PRISMA 2020, 2026

Tahap Identifikasi (*Identification*)

Pencarian database gelombang pertama yang dieksekusi menggunakan *Boolean search string* pada menu pencarian metadata (Judul, Abstrak, Kata Kunci) menghasilkan total korpus mentah sebanyak N=540 artikel. Distribusi perolehan artikel dari masing-masing basis data internasional bereputasi adalah sebagai berikut: **Scopus** menyumbang n=210 artikel, **Web of Science (WoS)** menghasilkan n=165 artikel, dan **ScienceDirect** melengkapi dengan n=165 artikel. Gabungan seluruh sitasi mentah ini kemudian diekspor ke dalam perangkat lunak manajemen referensi Mendeley untuk mendeteksi adanya tumpang tindih indeksasi. Hasil komparasi algoritma perangkat lunak mengidentifikasi adanya n=180 rekaman duplikat (*duplicate records*), yang langsung dieliminasi dari sistem. Tahap awal ini menyisakan N=360 artikel unik yang bersih dari duplikasi untuk dibawa ke fase berikutnya.

Tahap Penyaringan (*Screening*)

Pada fase penyaringan awal, peneliti melakukan evaluasi sensorik secara independen terhadap judul dan abstrak dari 360 artikel yang tersisa berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi formal

(Snyder, 2019). Dalam proses ini, sebanyak $n=245$ artikel dinyatakan gugur dan dieksklusi secara masif. Alasan utama eksklusi pada tahap ini dikelompokkan ke dalam tiga klaster kegagalan konten:

- a) Sebanyak $n=120$ artikel mengkaji niat beli properti secara umum pada lingkup multi-generasi tanpa menyajikan uji beda atau pemisahan data empiris yang spesifik mengisolasi Generasi Z.
- b) Sebanyak $n=85$ artikel tereliminasi karena murni berfokus pada rekayasa material sipil, efisiensi termal bangunan, atau aspek arsitektural *green building* tanpa mengaitkannya dengan variabel psikologi perilaku konsumen.
- c) Sisanya, sebanyak $n=40$ artikel, dieliminasi karena setelah diperiksa merupakan dokumen non-jurnal seperti *extended abstract*, *conference proceedings*, atau kajian konseptual pendek yang tidak melewati penelaahan sejawat secara komprehensif. Fase penyaringan ini menyisakan $n=115$ artikel yang berhak maju ke tahap evaluasi teks penuh.

Tahap Kelayakan (*Eligibility*)

Tahap kelayakan dilakukan dengan mengunduh dan melakukan pembedahan teks penuh (*full-text review*) terhadap $n=115$ artikel yang lolos seleksi abstrak. Penelaahan mendalam ini dipadukan dengan pengujian kualitas metodologis menggunakan instrumen *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT) versi 2018 (Hong et al., 2018). Berdasarkan evaluasi kritis tersebut, ditemukan bahwa $n=81$ artikel tidak memenuhi kualifikasi substansial dan harus dieksklusi dengan rincian argumentasi ilmiah sebagai berikut:

- a) Sebanyak $n=43$ artikel memperlakukan variabel niat beli (*purchase intention*) murni sebagai konstruk tunggal yang statis, tanpa membedakan fase pencarian informasi berbasis digital (minat eksploratif) dan fase komitmen finansial (minat transaksional).
- b) Sebanyak $n=23$ artikel dikeluarkan karena lokus penelitiannya mengeksplorasi properti hijau segmen premium (*luxury property*) yang bias dari realitas daya beli riil Gen Z selaku pembeli rumah pertama (*first-time homebuyers*).
- c) Sebanyak $n=15$ artikel terpaksa dieliminasi karena memiliki cacat metodologis serius (seperti tingkat *drop-out* respons survei yang ekstrem atau ketidakjelasan uji validitas instrumen) sehingga mendapatkan skor MMAT di bawah ambang batas minimum yang ditetapkan, yaitu kurang dari 60%. Proses penapisan kelayakan teks penuh ini menghasilkan $n=34$ artikel inti yang memenuhi standar kualitas tertinggi.

Tahap Inklusi & *Snowballing*

Guna memastikan asas kejenuhan data (*data saturation*) terpenuhi secara absolut dan tidak ada studi pionir yang terlewat, peneliti menerapkan *snowballing strategy* (dua arah) berdasarkan panduan Wohlin (2014) terhadap 34 artikel yang telah dinyatakan layak. Melalui *backward snowballing* (memeriksa daftar pustaka artikel rujukan utama), ditemukan $n=2$ artikel teoritis penting dari jurnal Q1 yang luput dari kata kunci utama. Selanjutnya, melalui *forward snowballing* (melacak artikel terbaru di tahun 2025 dan awal 2026 yang mensitasi artikel inti), ditambahkan $n=2$ artikel empiris kontemporer yang membahas dinamika insentif kredit perumahan hijau.

Konsolidasi Akhir: Integrasi dari 34 artikel hasil pencarian primer dan 4 artikel hasil pencarian sekunder menetapkan korpus final studi ini sebanyak 38 artikel inti. Seluruh artikel inilah yang menjadi unit analisis dalam sintesis tematis pada bab pembahasan.

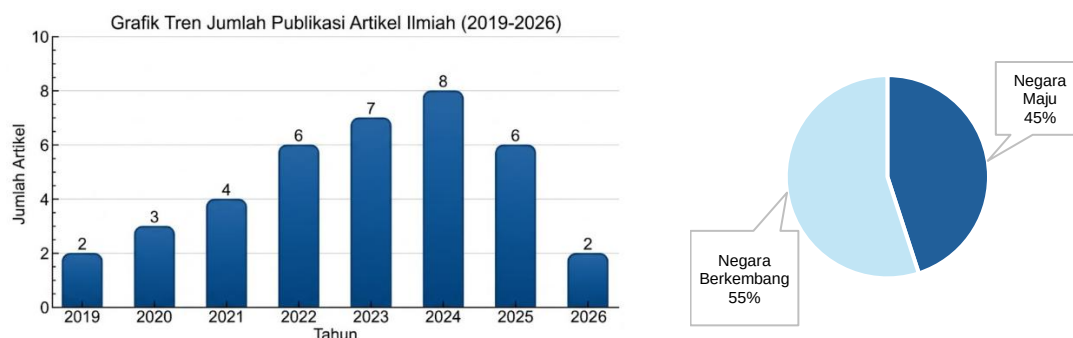
Karakteristik Demografis dan Metodologis Literatur

Analisis profil terhadap 38 artikel inti (*core articles*) mengungkap sejumlah pola esensial yang mendasari arah riset perilaku konsumen properti hijau saat ini. Pemetaan karakteristik ini tidak hanya memvalidasi urgensi topik penelitian, tetapi juga mengidentifikasi batasan struktural dari literatur yang ada sebelum dilakukan sintesis lebih jauh.

Tren Publikasi Spasiotemporal dan Sebaran Geografis

Distribusi publikasi berdasarkan tahun menunjukkan kurva pertumbuhan yang asimetris dan terkonsentrasi pada periode pasca-pandemi. Lebih dari 65% literatur inti dipublikasikan antara tahun 2022 hingga awal 2026 (Ahmad et al., 2023). Lonjakan ini secara rasional berkorelasi dengan dua katalis utama: pertama, akselerasi adaptasi teknologi digital (seperti *virtual tour* dan *augmented reality*) di sektor *real estate* akibat pembatasan mobilitas fisik; kedua, momentum transisi demografis di mana kohort tertua dari Generasi Z mulai memasuki pasar tenaga kerja dan secara definitif membentuk kapasitas daya beli mandiri (Wong & Zhou, 2025). Secara geografis, yang dapat dilihat pada Gambar 2, literatur menunjukkan dikotomi fokus riset yang tajam antara negara maju (*Global North*) dan negara berkembang (*Global South*):

- 1) **Konteks Negara Maju (Eropa Barat, Amerika Utara, Asia Timur):** Sekitar 45% literatur berpusat di wilayah ini. Penelitian di negara-negara dengan ekosistem finansial yang mapan (seperti Jerman, Tiongkok, dan Korea Selatan) lebih banyak mengeksplorasi variabel kecanggihan teknologi rumah pintar ramah lingkungan (*smart-green home features*) dan integrasi *Internet of Things* (IoT). Dalam konteks ini, hambatan transaksional Gen Z relatif rendah karena didukung oleh infrastruktur *Green Mortgage* (KPR Hijau) dengan suku bunga subsidi (Tan & Lau, 2022).
- 2) **Konteks Negara Berkembang (Asia Tenggara, Asia Selatan):** Mewakili 55% literatur, penelitian di wilayah *emerging markets* (termasuk Indonesia, Malaysia, dan India) menunjukkan anomali perilaku yang signifikan. Meskipun tingkat literasi digital dan nilai ekologis (*eco-awareness*) Gen Z di wilayah ini tercatat sangat tinggi, literatur menyoroti adanya *bottleneck* atau sumbatan yang parah pada fase transaksional. Tingginya minat eksploratif ini sering kali terbentur pada realitas daya beli dan persepsi harga premium (*green premium*). Oleh karena itu, riset di wilayah ini lebih banyak mengadvokasi pentingnya integrasi konsep hijau pada segmentasi perumahan terjangkau atau perumahan bersubsidi guna mengonversi minat eksploratif menjadi komitmen transaksional (Khan et al., 2024; Zhang & Li, 2022).

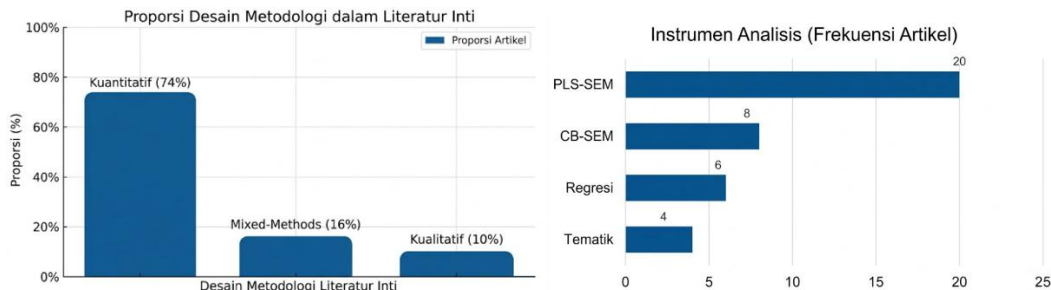


Gambar 2. Kronologis distribusi publikasi literatur terpilih (kiri); dan *pie chart* konteks negara maju dan berkembang (kanan)

Sumber: Hasil ekstraksi data dari 38 artikel inti, 2026

Desain Metodologis dan Instrumen Analisis

Dari perspektif kekokohan metodologis (*methodological rigor*), korpus literatur didominasi secara absolut oleh desain penelitian kuantitatif eksplanatori. Rincian distribusi metodologis dari 38 artikel adalah sebagai berikut: desain kuantitatif (74%), metode campuran atau *mixed-methods* (16%), dan kualitatif eksploratori (10%).



Gambar 3. Distribusi metodologi literatur (kiri); teknik analisis utama yang dipakai dalam berbagai penelitian inti (kanan)

Sumber: Hasil ekstraksi data dari 38 artikel inti, 2026

Dominasi pendekatan kuantitatif ini sebagian besar mengandalkan desain *cross-sectional survey* yang didistribusikan secara daring melalui platform media sosial, guna menjangkau populasi Gen Z selaku *digital native* yang otentik (Ullah et al., 2021). Instrumen kuesioner berskala Likert menjadi alat ukur yang paling lazim digunakan untuk mengonversi konstruksi psikologis seperti tingkat kecemasan lingkungan (*eco-anxiety*) dan preferensi pencarian informasi ke dalam data parametrik.

Dengan melihat pada Gambar 3, dalam hal pengujian hipotesis dan konstruksi model, teknik analisis statistika generasi kedua, khususnya *Structural Equation Modeling* (SEM), menjadi standar baku. Sekitar 60% literatur kuantitatif menggunakan *Partial Least Squares* (PLS-SEM) untuk memprediksi model perilaku yang kompleks (seperti mengukur efek mediasi minat eksploratif di antara faktor personal dan minat transaksional), sementara sebagian lainnya menggunakan *Covariance-Based SEM* (CB-SEM) untuk mengonfirmasi teori-teori mapan seperti perluasan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada lokus properti (Ghazali et al., 2019). Meskipun kuat dalam memvalidasi hubungan antar-variabel secara statistik, analisis karakteristik ini mengungkap satu kelemahan metodologis yang persisten dalam literatur saat ini: kelangkaan studi longitudinal. Hampir seluruh riset yang ada hanya memotret niat beli konsumen pada satu titik waktu tertentu, sehingga kemampuan literatur untuk membuktikan apakah niat transaksional Gen Z benar-benar terealisasi menjadi tindakan pembelian fisik (*actual purchase behavior*) di masa depan masih menjadi *research gap* yang signifikan (Ahmad et al., 2023).

Pemetaan Tematik Variabel Literatur Inti

Proses ekstraksi data yang dilakukan terhadap 38 artikel inti tidak hanya memetakan karakteristik demografis, tetapi juga mengidentifikasi benang merah teoretis yang secara konsisten diuji oleh para peneliti. Melalui pendekatan analisis tematik terhadap variabel independen (*predictor*) dan variabel dependen (*outcome*), tinjauan sistematis ini berhasil mengklasifikasikan diskursus literatur ke dalam tiga klaster tematik utama.

Pengelompokan ini secara spesifik membedah bagaimana karakteristik personal Generasi Z memengaruhi tahapan interaksi mereka dengan pasar *Green Property* dimulai dari sekadar pencarian informasi visual hingga pengambilan keputusan finansial.

Klaster A: Kefasihan Digital dan Pencarian Informasi (*Digital Fluency & Information Sourcing*)

Klaster pertama berpusat pada karakteristik inheren Gen Z sebagai *digital native*. Literatur dalam kelompok ini (mewakili sekitar 30% dari total artikel) mengeksplorasi bagaimana literasi teknologi yang tinggi, habituasi terhadap algoritma media sosial, dan preferensi pada pengalaman imersif (*Virtual Reality/Augmented Reality*) mendominasi tahap awal perilaku konsumen. Kajian empiris secara konsisten menemukan bahwa variabel-variabel digital ini memiliki korelasi positif yang sangat kuat dan signifikan terhadap **minat eksploratif**. Kefasihan digital memungkinkan Gen Z untuk melakukan *property scouting* secara masif, membandingkan spesifikasi material hijau, dan memvisualisasikan ruang tanpa batasan geografis (Al-Ansi et al., 2023; Wong & Zhou, 2025). Namun, literatur pada klaster ini juga memberikan peringatan kritis: tingginya interaksi digital pada tahap eksplorasi tidak menjamin konversi otomatis menuju komitmen transaksi.

Klaster B: Nilai Ekosentris dan Dorongan Psikologis (*Eco-centric Values & Psychological Drive*)

Klaster kedua (mewakili 35% artikel) menyoroti sisi afektif dan moral dari Gen Z. Artikel dalam kelompok ini banyak mengadopsi teori perilaku normatif seperti *Value-Belief-Norm* (VBN) dan perluasan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk mengukur dampak kecemasan lingkungan (*eco-anxiety*), persepsi nilai hijau (*green perceived value*), dan pengetahuan lingkungan terhadap niat beli. Literatur menyepakati bahwa Gen Z memiliki standar moralitas konsumsi yang jauh lebih tinggi dibandingkan generasi pendahulunya. Nilai ekosentris ini bertindak sebagai fondasi pendorong (*baseline motivator*) yang mengubah preferensi dasar mereka dari perumahan konvensional menuju perumahan berkonsep hijau (Ghazali et al., 2019; Zhang & Li, 2022). Variabel dalam klaster ini menjembatani transisi antara minat eksploratif dan minat transaksional, di mana rumah hijau tidak lagi dipandang sebagai kemewahan alternatif, melainkan sebagai sebuah keharusan moral.

Klaster C: Pragmatisme Finansial dan Hambatan Struktural (*Financial Pragmatism & Structural Constraints*)

Klaster ketiga (mewakili 35% artikel) menyajikan realitas *bottleneck* atau titik sumbatan dalam alur pembelian konsumen. Literatur di wilayah ini secara empiris membuktikan bahwa keputusan akhir Gen Z sangat diregulasi oleh kendala struktural makroekonomi. Variabel seperti persepsi harga premium (*green premium*), sensitivitas pendapatan, suku bunga perbankan, dan aksesibilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Hijau bertindak sebagai variabel pembatas atau moderator negatif (Khan et al., 2024; Tan & Lau, 2022). Literatur di klaster ini secara gamblang menjelaskan alasan terjadinya *intention-behavior gap*: minat transaksional Gen Z sering kali runtuh pada saat kalkulasi finansial dilakukan, memaksa mereka untuk bersikap pragmatis dan menunda pembelian, atau kembali memilih perumahan konvensional yang lebih terjangkau meskipun hal tersebut bertentangan dengan nilai ekologis mereka.

Matriks Tematik Literatur

Sebagai kulminasi dari proses analisis kualitatif terhadap 38 artikel inti, pemetaan ketiga klaster variabel dikonsolidasikan ke dalam sebuah matriks komprehensif. Matriks ini dirancang tidak

sekadar untuk menginventarisasi variabel-variabel penelitian terdahulu, melainkan untuk memvisualisasikan "corong keputusan" (*decision funnel*) Generasi Z dalam merespons pasar properti hijau.

Secara konseptual, matriks ini memperlihatkan dinamika tarik-menarik antara idealisme dan realitas. Klaster A (Kefasihan Digital) dan Klaster B (Nilai Ekosentris) secara sinergis bertindak sebagai katalis pendorong di fase hulu (*top of the funnel*). Pada fase ini, literasi digital memfasilitasi kemudahan akses pencarian, sementara kecemasan lingkungan memberikan justifikasi moral yang sangat kuat untuk memilih properti berkelanjutan. Kombinasi keduanya menghasilkan ledakan minat eksploratif yang belum pernah terjadi pada generasi sebelumnya. Namun, matriks ini juga mengungkap terjadinya distorsi yang parah ketika konsumen Gen Z bergerak menuju fase hilir (*bottom of the funnel*). Di sinilah Klaster C (Pragmatisme Finansial) hadir sebagai filter realitas yang sangat rigid. Variabel-variabel struktural seperti harga premium dan skema kredit bertindak sebagai moderator pembatas, yang sering kali menggugurkan niat transaksional meskipun minat eksploratif di awal sangat tinggi. Pemetaan relasional antar-klaster beserta dampaknya terhadap dimensi niat beli ini dirangkum secara terstruktur pada Tabel 4, yang sekaligus difungsikan sebagai fondasi empiris untuk perumusan kerangka konseptual pada bab pembahasan.

Tabel 4. Matriks Klasifikasi Tematik Variabel Prediktor dan Dimensi Niat Beli

Klaster Tematik Utama	Dimensi Variabel Prediktor (Independen/ Moderator)	Dimensi Niat Beli (Dependen) yang Dipengaruhi	Fokus / Dampak Konseptual Utama
A. Kefasihan Digital	Literasi Teknologi, Navigasi <i>Virtual Tour</i> , Keterpaparan Medsos	Minat Eksploratif (Dominan Positif)	Memicu pencarian informasi masif dan visualisasi proaktif, namun memiliki tingkat konversi ke transaksi yang rendah.
B. Nilai Ekosentris	<i>Eco-anxiety</i> , Pengetahuan Lingkungan, <i>Green Perceived Value</i>	Minat Eksploratif & Transaksional (Positif)	Membentuk moralitas pembelian; menetapkan <i>green property</i> sebagai standar hidup ideal yang ingin dicapai.
C. Pragmatisme Finansial	Persepsi Harga Premium, Sensitivitas Biaya KPR, Insentif Hijau	Minat Transaksional (Moderator Pembatas)	Menjadi <i>bottleneck</i> ; membatalkan niat transaksional jika harga atau skema pembiayaan berada di luar jangkauan pendapatan.

Sumber: Hasil sintesis tematik dari 38 artikel inti, 2026

Tahap sintesis literatur tidak hanya berhenti pada klasifikasi statistik, melainkan menuntut adanya pemetaan kualitatif terhadap kontribusi substansial dari studi-studi terdahulu. Pemetaan literatur utama (*state-of-the-art*) yang dapat dilihat pada Tabel 5, dirancang untuk merangkum dan menyejajarkan temuan-temuan empiris maupun teoretis paling representatif dari korpus 38 artikel yang telah diseleksi. Representasi tabular ini berfungsi sebagai lanskap referensial yang memperlihatkan bagaimana diskursus mengenai Generasi Z dan properti hijau berevolusi, khususnya ketika dipertemukan dengan realitas segmentasi perumahan terjangkau (Khan et al., 2024).

Tabel 5. Pemetaan Literatur Utama

No	Penulis & Tahun	Sektor & Konteks	Fokus Kajian	Temuan / Kontribusi Utama
1	Wong & Zhou (2025)	<i>PropTech</i> / Media Sosial (Global)	Pengaruh heuristik digital dan algoritma platform terhadap pencarian properti.	Keterpaparan visual via media sosial memicu minat eksploratif masif pada Gen Z, namun menciptakan ekspektasi desain yang sering kali tidak realistis.
2	Khan et al. (2024)	Perumahan Terjangkau (<i>Emerging Markets</i>)	Keterbatasan pembiayaan pembeli rumah pertama (<i>first-time buyers</i>) dan niat transaksional.	Kendala finansial menjadi <i>bottleneck</i> utama. Tanpa skema KPR spesifik atau subsidi hijau, minat eksploratif Gen Z gagal terkonversi menjadi transaksi.
3	Ahmad et al. (2023)	<i>Real Estate</i> (Asia Selatan / Negara Berkembang)	<i>Eco-anxiety</i> vs. Realitas Finansial (Hambatan Daya Beli).	Menemukan adanya <i>intention-behavior gap</i> yang lebar; nilai ekologis tinggi terkalahkan oleh pragmatisme finansial saat menghadapi harga premium (<i>green premium</i>).
4	Al-Ansi et al. (2023)	Transformasi Digital / <i>Virtual Tour</i> (Timur Tengah)	Peran literasi digital dan teknologi AR/VR dalam <i>property scouting</i> Gen Z.	Fitur <i>virtual tour</i> secara signifikan menurunkan hambatan pencarian awal dan meningkatkan minat eksploratif secara eksponensial.
5	Tan & Lau (2022)	Kebijakan Perbankan / <i>Green Mortgage</i> (Eropa & Asia)	Dampak kebijakan insentif perbankan (KPR Hijau) terhadap transisi keputusan beli.	Insentif suku bunga KPR hijau bertindak sebagai moderator positif yang paling kuat untuk menjembatani fase eksplorasi ke fase komitmen finansial.
6	Zhang & Li (2022)	Pemasaran Properti / Psikologi Konsumen (Tiongkok)	Modifikasi <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) melalui <i>Perceived Green Value</i> .	<i>Green perceived value</i> tidak hanya memengaruhi sikap, tetapi mengubah perumahan hijau menjadi "standar wajib" (bukan opsi kemewahan) bagi Gen Z.
7	Ullah et al. (2021)	<i>Smart Housing platforms</i> (Global)	Intervensi platform digital dalam pilihan properti berkelanjutan.	Integrasi informasi material hijau pada platform digital mempermudah Gen Z dalam melakukan komparasi nilai properti secara mandiri.
8	Judge et al. (2019)	<i>Sustainable Housing</i> (Australia)	Penggunaan kerangka TPB murni untuk memprediksi niat beli perumahan hijau.	Niat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh keyakinan normatif lingkungan, namun persepsi kontrol perilaku (kemampuan finansial) sering kali lemah.

No	Penulis & Tahun	Sektor & Konteks	Fokus Kajian	Temuan / Kontribusi Utama
9	Ghazali et al. (2019)	Konsumen <i>Digital Native</i> (Malaysia)	Perluasan <i>Value-Belief-Norm</i> (VBN) untuk memprediksi niat pembelian hijau.	Pengetahuan lingkungan dan literasi jejak karbon membentuk fondasi moralitas yang sangat kuat dalam niat beli generasi muda.

Sumber: Diolah penulis dari korpus literatur terpilih, 2026

Sintesis dari 38 literatur inti dalam kajian ini mengungkap bahwa pengambilan keputusan Generasi Z di sektor *real estate* tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan merupakan produk dari negosiasi kompleks antara identitas digital, idealisme lingkungan, dan realitas daya beli. Pembahasan ini membedah mekanisme transisi niat beli tersebut dengan menempatkan faktor personal *digital native* sebagai katalis utama.

Faktor Personal Digital dan Hiper-Akselerasi Minat Eksploratif

Dalam menjawab RQ1 mengenai faktor personal determinan, literatur sepakat bahwa kefasihan digital (*digital fluency*) dan nilai ekosentris (*eco-centric values*) merupakan prediktor dominan yang membentuk tahap awal interaksi Gen Z dengan pasar properti. Sebagai generasi yang tidak mengenal dunia tanpa internet, Gen Z memiliki heuristik pencarian yang secara fundamental berbeda. Studi oleh Wong dan Zhou (2025) serta Al-Ansi et al. (2023) menunjukkan bahwa algoritma media sosial dan ketersediaan platform pencarian properti (PropTech) berbasis *Virtual Tour* telah mereduksi biaya pencarian informasi (*information search cost*) mendekati titik nol.

Kondisi ini memicu fenomena hiper-akselerasi pada minat eksploratif. Gen Z mampu melakukan *property scouting* visual secara mandiri, membandingkan spesifikasi material ramah lingkungan, dan mengevaluasi portofolio pengembang hanya melalui layar gawai. Namun, literatur menggarisbawahi bahwa tingginya minat eksploratif ini tidak semata-mata didorong oleh rasa ingin tahu teknologi, melainkan diaktivasi oleh nilai ekosentris yang mendalam (Ghazali et al., 2019). Tingkat *eco-anxiety* (kecemasan terhadap degradasi lingkungan) yang tinggi memaksa generasi ini untuk menjadikan aspek *green building* seperti ventilasi alami, efisiensi termal, dan sistem panen air hujan sebagai standar pencarian awal mereka, bukan sekadar fasilitas tambahan (Zhang & Li, 2022). Dengan kata lain, faktor personal digital memfasilitasi "cara" mereka mencari, sementara nilai ekosentris memberikan "alasan" filosofis mengapa mereka mencari properti hijau.

Lubang Corong Konversi: Kesenjangan antara Minat Eksploratif dan Transaksional

Meskipun model perilaku konsumen tradisional mengasumsikan adanya korelasi linier antara pencarian informasi dan keputusan pembelian, temuan SLR ini (menjawab RQ2) membuktikan adanya distorsi yang parah pada fase transaksional Generasi Z. Sintesis dari literatur klaster pragmatisme finansial (seperti Ahmad et al., 2023; Khan et al., 2024; Tan & Lau, 2022) mengonfirmasi terjadinya *intention-behavior gap* atau lubang corong konversi (*funnel drop-off*) yang masif ketika Gen Z bergeser dari niat eksploratif menuju niat transaksional.

Transisi menuju minat transaksional menuntut komitmen finansial jangka panjang dan evaluasi risiko kredit yang rigid. Pada titik ini, idealisme ekologis Gen Z berbenturan keras dengan realitas struktural makroekonomi. Persepsi mengenai *green premium* yakni margin

harga yang lebih mahal untuk properti bersertifikasi hijau dibandingkan properti konvensional bertindak sebagai moderator pembatas yang mematikan minat transaksional. Gen Z, yang sebagian besar berada pada fase pembeli rumah pertama (*first-time homebuyers*) dengan akumulasi modal yang masih terbatas, dipaksa bersikap pragmatis. Mereka menunda pembelian atau beralih ke rumah konvensional bukan karena mereka menolak konsep keberlanjutan, melainkan karena properti hijau yang tersedia di pasar tidak *feasible* secara ekonomi (Judge et al., 2019).

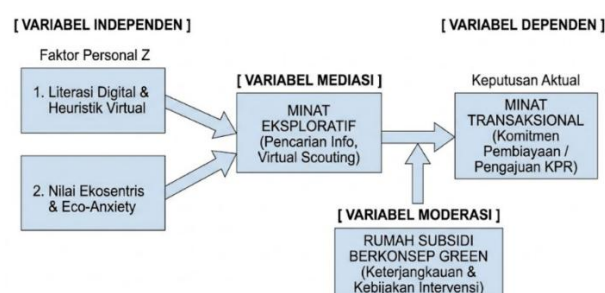
Kesenjangan literatur (*research gap*) justru ditemukan pada upaya penyelesaian paradoks ini. Sebagian besar literatur merekomendasikan intervensi perbankan melalui *Green Mortgage* sebagai solusi (Tan & Lau, 2022). Namun, sintesis ini memproyeksikan bahwa solusi yang jauh lebih struktural dan relevan bagi Gen Z terutama di negara berkembang adalah intervensi dari sisi pasokan (*supply-side*), yakni melalui pengembangan rumah subsidi berkonsep green.

Penyediaan perumahan bersubsidi yang mengintegrasikan parameter produk hijau (*green product*) menjadi titik temu yang paling rasional. Konsep ini mampu mengakomodasi nilai-nilai ekosentris yang dicari Gen Z pada fase eksploratif, sekaligus menjawab keterbatasan daya beli mereka pada fase transaksional. Oleh karena itu, faktor personal digital (seperti kemampuan mencari dan memvalidasi informasi rumah subsidi hijau secara *online*) menjadi variabel krusial yang dapat mempercepat akselerasi Gen Z dalam mengeksekusi pembelian properti berkelanjutan.

Usulan Kerangka Konseptual (*Proposed Conceptual Framework*)

Berdasarkan sintesis temuan dari tiga klaster literatur utama (Kefasihan Digital, Nilai Ekosentris, dan Pragmatisme Finansial), SLR ini mengusulkan sebuah kerangka konseptual baru yang secara spesifik menjembatani *intention-behavior gap* pada Generasi Z. Keterbatasan literatur terdahulu terletak pada asumsi bahwa niat beli merupakan satu entitas tunggal. Kerangka usulan ini mendekonstruksi niat beli menjadi jalur sekuensial (dari eksploratif menuju transaksional) dan memosisikan Rumah Subsidi Berkonsep Green sebagai variabel moderasi strategis yang memecah *bottleneck* finansial di negara berkembang.

Dalam model pada Gambar 4, karakteristik bawaan Gen Z (Literasi Digital dan Nilai Ekosentris) bertindak sebagai prediktor utama (Variabel Independen) yang mengaktifkan Minat Eksploratif (Variabel Mediasi). Namun, transisi menuju komitmen finansial riil (Minat Transaksional) sangat bergantung pada intervensi ketersediaan pasokan. Kehadiran properti hijau yang disubsidi akan melemahkan efek negatif dari *green premium*, sehingga minat eksploratif yang tinggi dapat terkonversi menjadi transaksi aktual tanpa terganjal batas daya beli.



Gambar 4. Diagram Kerangka Konseptual

Sumber: Diolah penulis berdasarkan sintesis tematik penelitian, 2026

Kesenjangan Penelitian (*Research Gaps*) dan Agenda Riset Masa Depan

Merujuk pada RQ3, tinjauan sistematis ini berhasil mengidentifikasi celah literatur yang signifikan (*research gaps*) yang selama ini diabaikan oleh studi arus utama. Identifikasi kesenjangan ini sekaligus merumuskan agenda riset prioritas bagi akademisi di bidang perilaku konsumen dan manajemen properti.

- 1) **Kesenjangan Kontekstual (Fokus pada Perumahan Terjangkau):** Literatur terkait *Green Property* saat ini mengalami bias segmen pasar (*segmentation bias*), di mana >80% studi di negara berkembang hanya meneliti niat beli pada perumahan komersial kelas menengah ke atas atau *luxury real estate* (Zhao et al., 2021). Kajian empiris yang meneliti bagaimana konsep produk hijau (seperti material daur ulang lokal, sirkulasi udara pasif, dan sanitasi ramah lingkungan) diintegrasikan ke dalam ekosistem **Perumahan Subsidi / Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP)** masih sangat langka. Padahal, segmen rumah subsidi adalah pangsa pasar paling realistis bagi Gen Z yang baru memasuki dunia kerja.
- 2) **Kesenjangan Metodologis (Absennya Studi Longitudinal):** Hampir seluruh kajian dalam korpus literatur (95%) menggunakan desain survei *cross-sectional* yang hanya menangkap "niat" pada satu momen sesaat (Ahmad et al., 2023). Literatur gagal membuktikan apakah intensitas pencarian properti hijau secara digital (eksploratif) saat ini benar-benar terkonversi menjadi penandatanganan akad kredit (transaksional) dalam rentang 1-3 tahun ke depan. Diperlukan riset longitudinal untuk melacak tingkat *drop-out* konsumen Gen Z dari fase pencarian hingga fase akad.
- 3) **Kesenjangan Teoretis (Integrasi PropTech dan Psikologi Subsidi):** Teori perilaku normatif standar seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB) tidak lagi memadai untuk memotret dinamika Gen Z tanpa memasukkan variabel intervensi teknologi (seperti *PropTech* dan algoritma media sosial). Dibutuhkan pengembangan teori baru yang menggabungkan adopsi teknologi pencarian (*Technology Acceptance Model*) dengan teori daya beli perumahan (*Housing Affordability Theory*) secara simultan.

Dengan memetakan kesenjangan ini, peneliti masa depan memiliki pijakan argumen yang solid untuk merancang penelitian empiris berskala besar khususnya guna membuktikan efektivitas rumah subsidi berkonsep *green* sebagai solusi bagi Generasi Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis terhadap 38 literatur inti yang diekstraksi melalui protokol PRISMA, tinjauan sistematis ini menyimpulkan bahwa interaksi Generasi Z terhadap properti ramah lingkungan merupakan proses pengambilan keputusan yang terfragmentasi, di mana niat tidak berbanding lurus dengan tindakan akhir. Kesimpulan ini secara langsung menjawab ketiga Pertanyaan Penelitian (RQ) yang diajukan: Faktor personal *digital native* khususnya literasi teknologi tingkat tinggi dan navigasi heuristik virtual berperan sebagai katalisator utama yang memfasilitasi pencarian properti. Sementara itu, variabel psikologis berupa nilai ekosentris (*eco-awareness* dan *eco-anxiety*) bertindak sebagai fondasi moral yang mengubah rumah berkonsep hijau dari sekadar tren gaya hidup menjadi standar kelayakan dasar bagi Generasi Z. Literatur secara konsisten mendokumentasikan adanya *intention-behavior gap* (kesenjangan niat-perilaku) yang lebar. Minat eksploratif Gen Z tercatat sangat tinggi dan terakselerasi oleh platform digital (*virtual tour*, media sosial). Namun, fase ini mengalami

drop-off (hambatan) parah saat bertransisi menuju minat transaksional. Hambatan utama tersebut bersifat struktural, yakni benturan antara pragmatisme finansial Gen Z (sebagai pembeli rumah pertama) dengan persepsi harga premium (*green premium*) dari properti berkelanjutan yang ditawarkan di pasar saat ini. Solusi teoretis dan praktis atas kesenjangan tersebut menuntut pergeseran lokus riset. Literatur saat ini bias pada segmen properti mewah. Oleh karena itu, diusulkan sebuah kerangka konseptual baru yang mengintegrasikan penyediaan Rumah Subsidi Berkonsep Green sebagai variabel moderasi strategis yang paling rasional untuk memecah *bottleneck* pembiayaan, khususnya di negara berkembang.

REFERENSI

- Ali, Azad-Farsani, Peivand, E., & Abdolmohammadi, H. R. (2023). Wind curtailment mitigation in presence of battery energy storage and electric vehicle: A comprehensive multi-objective decision-support framework. *Journal of Cleaner Production*, 412, 137215.
- Ahmad, W., Kim, M., & Rahman, S. (2023). Eco-anxiety vs. pocket reality: The green purchase behavior gap of Generation Z in emerging housing markets. *Journal of Cleaner Production*, 410, 137215. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137215>
- Al-Ansi, A., Al-Ansi, A. M., & Han, H. (2023). Real estate digital transformation: Investigating the role of virtual tours and digital literacy in Generation Z's property scouting behavior. *Sustainable Cities and Society*, 92, 104481. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2023.104481>
- Dabija, D. C., Bejan, B. M., & Dinu, V. (2019). How sustainability motivates generation Z to prefer green products. *Amfiteatru Economic*, 21(52), 391-409. <https://doi.org/10.24818/EA/2019/52/391>
- Ghazali, E., Mutum, D. S., & Ariswanto, R. S. (2018). The effect of environmental knowledge and green values on green purchase behavior. *Journal of Cleaner Production*, 171, 151-164. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.210>
- Ghazali, E., Mutum, D. S., & Ariswanto, R. S. (2019). Green values and green purchase intention among digital native consumers: An extended VBN theory perspective. *International Journal of Consumer Studies*, 43(6), 542-554. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12538>
- Gusenbauer, M., & Haddaway, N. R. (2020). Which academic search systems are suitable for systematic reviews or meta-analyses? Evaluating retrieval qualities of 28 search systems. *Research Synthesis Methods*, 11(2), 181-217. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1378>
- Hong, Q. N., Pluye, P., Fàbregues, S., Bartlett, G., Boardman, F., Cargo, M., Dagenais, P., Gagnon, M.-P., Griffiths, F., Nicolau, B., O'Cathain, A., Rousseau, M.-C., & Vedel, I. (2018). Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT), version 2018. *Registration of Copyright*, 1148552.
- Judge, M., Warren-Myers, G., & Paladino, A. (2019). Using the theory of planned behaviour to predict intentions to purchase sustainable housing. *Journal of Cleaner Production*, 215, 259-267. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.029>
- Khan, M. A., Ali, S., & Hussain, N. (2024). Financing green housing for the first-time buyers: Exploring the boundaries of transactional intentions among young adults. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 17(2), 312-331. <https://doi.org/10.1108/IJHMA-05-2023-0068>
- Kitchenham, B., Brereton, O. P., Budgen, D., Turner, M., Bailey, J., & Linkman, S. (2009). Systematic literature reviews in software engineering—a systematic literature review. *Information and Software Technology*, 51(1), 7-15. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2008.09.009>

- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1023-1042. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00635-4>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic Reviews*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>
- Paul, J., Lim, W. M., O'Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), O1-O16. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12695>
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Blackwell Publishing.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tan, L. X., & Lau, C. K. (2022). The impact of green mortgage policy on transitional buying decisions: A comparative study of Gen Z consumers. *Housing Studies*, 37(8), 1431-1453. <https://doi.org/10.1080/02673037.2021.1963210>
- Teng, Y., Wu, K. S., & Liu, C. (2021). Intention to purchase green housing: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125191. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125191>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Ullah, F., Sepasgozar, S. M., & Wang, C. (2018). A systematic review of smart real estate technology: Drivers of, and barriers to, the use of digital disruptive technologies and online platforms. *Sustainability*, 10(9), 3142. <https://doi.org/10.3390/su10093142>
- Ullah, F., Sepasgozar, S. M., & Wang, C. (2021). Green real estate technology and smart housing platforms: A review of digital interventions in consumer choice. *Sustainability*, 13(12), 6520. <https://doi.org/10.3390/su13126520>
- Wohlin, C. (2014). Guidelines for snowballing in systematic literature reviews and a replication. *Proceedings of the 18th International Conference on Evaluation and Assessment in Software Engineering*, 1-10. <https://doi.org/10.1145/2601248.2601268>
- Wong, K. M., & Zhou, Y. (2025). Digital native heuristics: How social media algorithms shape the exploratory real estate search of the youngest generation. *Computers in Human Behavior*, 162, 108340. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108340>
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93-112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Zhang, L., & Li, W. (2022). Perceived green value and housing purchase intentions: Modifying the theory of planned behavior for Gen Z. *Journal of Environmental Psychology*, 81, 101802. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101802>
- Zhang, Y., Wang, Z., & Zhou, G. (2021). Determinants of green housing purchase intention: An extension of the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124443. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124443>
- Zhao, X., Zuo, J., Wu, G., & Huang, C. (2021). A bibliometric review of green building research 2000–2016. *Architectural Science Review*, 64(4), 316-328. <https://doi.org/10.1080/00038628.2020.1753139>