

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.2.1 Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pengunjung	4
1.2.2 Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Penyewa	5
1.3. Tujuan dan Sasaran	6
1.4.1 Tujuan	6
1.4.2 Sasaran	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Skema Rancangan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN TEORI	9
2.1. Definisi Istilah	9
2.1.1 Definisi Pusat Perbelanjaan	9
2.1.2 Definisi Kepuasan Konsumen	10
2.1.2.1 Komponen Utama Kepuasan Konsumen	11
2.1.2.2 Ciri-ciri Konsumen yang Puas	12
2.1.2.3 Elemen Kepuasan Konsumen	12
2.1.2.4 Tipe Kepuasan Konsumen	13

2.1.3 Definisi Kepuasan Penyewa Pusat Perbelanjaan	13
2.2. Karakteristik Pusat Perbelanjaan	14
2.2.1 Jenis-jenis Pusat Perbelanjaan	15
2.2.2 Klasifikasi Penyewa (<i>Tenant</i>)	15
2.2.3 Strategi Pemasaran Retail	16
2.3. Teori Kepuasan Pengunjung Pusat Perbelanjaan	17
2.3.1 Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	17
2.3.2 Indikator Kepuasan Pengunjung Pusat Perbelanjaan	17
2.3.3 Perilaku Konsumen	18
2.3.4 Karakter Berbelanja	19
2.4. Teori Kepuasan Penyewa Pusat Perbelanjaan	20
2.5. Teori Keberhasilan Pusat Perbelanjaan	21
2.6. Indikator Kinerja Pusat Perbelanjaan	24
2.7. Kesenjangan Kualitas Pelayanan	25
2.8. Teori Lokasi	25
2.8.1 Kriteria Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanjaan	26
2.9. Teori Pengukuran	30
2.9.1 Teori Pengambilan Sampel	30
2.9.2 Skala Likert (<i>Likert Scale</i>)	30
2.9.3 Uji Validitas	31
2.9.4 Tabulasi Silang (<i>Cross Tabulation</i>)	32
2.9.5 Importance Performance Analysis (IPA)	33
2.10. Konstruksi Teori	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Rancangan Penelitian	35
3.2. Ruang Lingkup Penelitian	35
3.2.1 Ruang Lingkup Materi	35
3.2.2 Ruang Lingkup Objek Studi	35
3.3. Waktu dan Objek Penelitian	36
3.3.1 Waktu Penelitian	36
3.3.2 Objek Penelitian	37

3.4. Identifikasi Variabel	38
3.5. Metode Penelitian	38
3.6. Desain Kuesioner	39
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	42
3.7.1 Populasi	42
3.7.2 Sampel	42
3.7.3 Teknik Sampling	43
3.8. Tabel Kebutuhan Data	44
3.9. Metode Pengumpulan Data	45
3.10. Metode Pengolahan Data	46
3.11. Proses Penelitian	46
3.12. Narasumber Penelitian	48
3.13. Tahap Penelitian	48
BAB IV DATA DAN TEMUAN LAPANGAN	49
4.1. Pertumbuhan Pusat Perbelanjaan di Tangerang	49
4.1.1 <i>Timeline</i> Pertumbuhan Pusat Perbelanjaan di Tangerang	49
4.2. Gambaran Umum dan <i>Timeline</i> Mall Alam Sutera	50
4.3. Profil Lokasi	52
4.3.1 Aksesibilitas	53
4.3.2 Kedekatan Terhadap Pusat Kegiatan (<i>Proximity</i>)	55
4.3.3 Moda Transportasi Umum	56
4.3.4 Peruntukan Lahan	57
4.3.5 <i>Tenancy Mix</i>	58
4.3.6 Kondisi Fisik Mall Alam Sutera	64
4.4. Profil Responden Pengunjung Mall Alam Sutera	68
4.4.1 Identitas Pengunjung	69
4.4.2 Aksesibilitas	74
4.4.3 Tingkat Penghasilan dan Pengeluaran	79
4.4.4 Preferensi Berbelanja	83
4.5. Profil Responden Penyewa Retail Mall Alam Sutera	89
4.5.1 Profil Penyewa Aktif	89

4.5.2	Profil Penyewa Non-aktif	91
BAB V	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	94
5.1.	Analisis Kinerja Mall Alam Sutera	95
5.2.	Analisis Kesesuaian Teori Lokasi Pusat Perbelanjaan	96
5.3.	Analisis Hubungan Profil Responden	101
5.3.1	Perbandingan Usia terhadap Lokasi Tempat Tinggal Pengunjung	101
5.3.2	Perbandingan Pekerjaan terhadap Lokasi Tempat Bekerja Pengunjung	102
5.3.3	Perbandingan Pekerjaan terhadap Tingkat Penghasilan Pengunjung	103
5.3.4	Perbandingan Usia terhadap Intensitas Pengeluaran Pengunjung	104
5.3.5	Perbandingan Tingkat Pengeluaran Pengeluaran per Bulan terhadap Pengeluaran per Kunjungan	105
5.3.6	Perbandingan Usia Pengunjung terhadap Intensitas Kunjungan di Mall Alam Sutera	106
5.3.7	Perbandingan Usia terhadap Karakter Berbelanja Pengunjung	107
5.3.8	Perbandingan Usia Pengunjung terhadap Daya Tarik Mall Alam Sutera	108
5.3.9	Perbandingan Status Pernikahan terhadap Pengeluaran Paling Sering Pengunjung	109
5.3.10	Perbandingan Status Pernikahan terhadap Karakter Berbelanja Pengunjung	110
5.3.11	Perbandingan Lokasi Tempat Tinggal Pengunjung terhadap Intensitas Kunjungan	111
5.3.12	Perbandingan Intensitas Kunjungan terhadap Tingkat Pengeluaran di Mall Alam Sutera	112
5.3.13	Perbandingan Tingkat Penghasilan terhadap Intensitas Pengeluaran di Mall Alam Sutera	113

5.3.14 Perbandingan Intensitas Pengeluaran Pengunjung terhadap Jenis Usaha Penyewa	114
5.3.15 Perbandingan Jenis Usaha Penyewa Aktif terhadap Lama Menjalankan Usaha	115
5.4. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan dari Responden terhadap Mall Alam Sutera	116
5.4.1 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan dari Pengunjung terhadap Mall Alam Sutera	116
5.4.2 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan dari Penyewa terhadap Mall Alam Sutera	125
5.5. <i>Importance Performance Analysis</i> Responden Pengunjung	136
5.5.1. <i>Importance Performance Analysis</i> Faktor Kepuasan Pengunjung	136
5.5.2. <i>Importance Performance Analysis</i> Sub Faktor Kepuasan Pengunjung	137
5.6. <i>Importance Performance Analysis</i> Responden Penyewa	139
5.6.1. <i>Importance Performance Analysis</i> Faktor Kepuasan Penyewa	139
5.6.2. <i>Importance Performance Analysis</i> Sub Faktor Kepuasan Penyewa	141
BAB VI PENUTUP	143
6.1. Kesimpulan	143
6.1.1. Kondisi Mall Alam Sutera Saat Ini Ditinjau Secara Deskriptif dari Indikator Kinerja Pusat Perbelanjaan	143
6.1.2. Lokasi Mall Alam Sutera	144
6.1.3. Faktor Kepuasan Pengunjung yang Paling Dominan	145
6.1.4. Faktor Kepuasan Penyewa yang Paling Dominan	145
6.2. Rekomendasi	147
 DAFTAR PUSTAKA	 xvi
LAMPIRAN	xix

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Pusat Perbelanjaan Internasional (ICSC)	14
Tabel 2.2 jenis-jenis pusat perbelanjaan berdasarkan karakteristiknya	15
Tabel 2.3 Jenis Tenant dan Deskripsinya	16
Tabel 2.4 Faktor Penarik Pusat Perbelanjaan	18
Tabel 2.5 faktor kepuasan penyewa	20
Tabel 2.6 Perletakan Anchor Tenant	23
Tabel 2.7 Indikator Kinerja Pusat Perbelanjaan	24
Tabel 2.8 Contoh Format Skala Likert	31
Tabel 2.9 Konstruksi Teori	34
Tabel 3.1 Data umum Mall Alam Sutera	37
Tabel 3.2 Indikator Kuesioner Pengunjung	40
Tabel 3.3 Komposisi Tenant Berdasarkan Jenis Usaha	43
Tabel 3.3 Kebutuhan Data	44
Tabel 3.4 Proses Penelitian	46
Tabel 3.5 Klasifikasi Narasumber	48
Tabel 3.6 Tahap Penelitian	48
Tabel 4.1 Data Persebaran Pusat Perbelanjaan dengan Konsep “one stop shopping” di Tangerang	49
Tabel 4.2 Pertumbuhan Pusat Perbelanjaan Modern berdasarkan Skala Pelayanan di Kawasan Tangerang	50
Tabel 4.3 Identitas Pengunjung	69
Tabel 4.4 Aksesibilitas Pengunjung	74
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan dan Pengeluaran Pengunjung	79
Tabel 4.6 Preferensi Berbelanja Pengunjung	83
Tabel 4.7 Rekapitulasi Profil Pengunjung Mall Alam Sutera	87
Tabel 4.8 Profil Penyewa Aktif	89
Tabel 4.9 Profil Penyewa Non-aktif	91
Tabel 4.10 Rekapitulasi Profil Penyewa di Mall Alam Sutera	93
Tabel 5.1 Kinerja Mall Alam Sutera	96

Tabel 5.2 Hubungan Teori Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanjaan	97
Tabel 5.3 Hasil Tabulasi Silang Perbandingan Usia terhadap Lokasi Tempat Tinggal	101
Tabel 5.4 Tabulasi Silang Perbandingan Pekerjaan terhadap Lokasi Tempat Bekerja Pengunjung	102
Tabel 5.5 Tabulasi Silang Perbandingan Pekerjaan terhadap Tingkat Penghasilan Pengunjung di Mall Alam Sutera	103
Tabel 5.6 <i>Tabulasi Silang</i> Perbandingan Usia terhadap Intensitas Pengeluaran Pengunjung di Mall Alam Sutera	104
Tabel 5.7 <i>Tabulasi Silang</i> Perbandingan Tingkat Pengeluaran per Bulan terhadap Pengeluaran per Kunjungan di Mall Alam Sutera	105
Tabel 5.8 Tabulasi Silang Perbandingan Usia Pengunjung terhadap Intensitas Kunjungan di Mall Alam Sutera	106
Tabel 5.9 Tabulasi Silang Perbandingan Usia terhadap Karakter Berbelanja Pengunjung di Mall Alam Sutera	107
Tabel 5.10 Tabulasi Silang Perbandingan Usia Pengunjung terhadap Daya Tarik Mall Alam Sutera	108
Tabel 5.11 <i>Tabulasi Silang</i> Perbandingan Status Pernikahan terhadap Pengeluaran Paling Sering Pengunjung di Mall Alam Sutera	109
Tabel 5.12 <i>Tabulasi Silang</i> Perbandingan Status Pernikahan terhadap Karakter Berbelanja Pengunjung di Mall Alam Sutera	110
Tabel 5.13 <i>Tabulasi Silang</i> Perbandingan Lokasi Tempat Tinggal Pengunjung terhadap Intensitas Kunjungan di Mall Alam Sutera	111
Tabel 5.14 Tabulasi Silang Perbandingan Intensitas Kunjungan terhadap Tingkat Pengeluaran Pengunjung di Mall Alam Sutera	112
Tabel 5.15 Tingkat Penghasilan terhadap Intensitas Pengeluaran Pengunjung di Mall Alam Sutera	113
Tabel 5.16 Tabulasi Silang Jenis Usaha terhadap Lama Menjalankan Usaha Penyewa Aktif	115
Tabel 5.17 Penilaian Faktor <i>Comfort</i> dari Responden Pengunjung	116
Tabel 5.18 Penilaian Faktor <i>Entertainment</i> dari Responden Pengunjung	117
Tabel 5.19 Penilaian Faktor <i>Diversity</i> dari Responden Pengunjung	118

Tabel 5.20 Penilaian Faktor <i>Mall Essence</i> dari Responden Pengunjung	119
Tabel 5.21 Penilaian Faktor <i>Convenience</i> dari Responden Pengunjung	120
Tabel 5.22 Penilaian Faktor <i>External</i> dari Responden Pengunjung	121
Tabel 5.23 Dominasi Faktor Kepuasan Pengunjung	122
Tabel 5.24 <i>Relative Range Index</i> (RRI) terhadap Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pengunjung	123
Tabel 5.25 Penilaian Faktor <i>Performance</i> dari Responden Penyewa	125
Tabel 5.26 Penilaian Faktor <i>Responsive</i> dari Responden Penyewa	126
Tabel 5.27 Penilaian Faktor <i>Service</i> dari Responden Penyewa	127
Tabel 5.28 Penilaian Faktor <i>Cooperation</i> dari Responden Penyewa	128
Tabel 5.29 Penilaian Faktor <i>Empowerment</i> dari Responden Penyewa	129
Tabel 5.30 Penilaian Faktor <i>Trust</i> dari Responden Penyewa	130
Tabel 5.31 Penilaian Faktor <i>Renew</i> dari Responden Penyewa	131
Tabel 5.32 Penilaian Faktor <i>External</i> dari Responden Penyewa	132
Tabel 5.33 Dominasi Faktor Kepuasan Penyewa	133
Tabel 5.34 <i>Relative Range Index</i> (RRI) terhadap Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Penyewa	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persebaran Pusat Perbelanjaan Modern di Tangerang	1
Gambar 1.2 Lokasi Mall Alam Sutera	3
Gambar 1.3 Kondisi Toko di Mall Alam Sutera pada Hari Kerja	6
Gambar 2.1 Model Teori Lokasi Von Thunnen	26
Gambar 2.2 Rumus Sampling Slovin	30
Gambar 2.3 Matrix <i>Importance Performance Analysis</i>	33
Gambar 3.1 Lokasi dan batas wilayah Mall Alam Sutera	36
Gambar 4.1 Posisi Lokasi Mall Alam Sutera	52
Gambar 4.3 Peta Aksesibilitas Mall Alam Sutera (radius 5 km)	54
Gambar 4.4 Kedekatan Mall Alam Sutera terhadap Pusat Kegiatan	55
Gambar 4.5 Jalur Moda Transportasi <i>Sutera Loop</i>	56
Gambar 4.6 Peta Peruntukan Lahan Mall Alam Sutera	57
Gambar 4.7 <i>Zoning Tenant</i> Mall Alam Sutera Lantai LG	59
Gambar 4.8 <i>Zoning Tenant</i> Mall Alam Sutera Lantai G	60
Gambar 4.9 <i>Zoning Tenant</i> Mall Alam Sutera Lantai 1	61
Gambar 4.10 <i>Zoning Tenant</i> Mall Alam Sutera Lantai 2	62
Gambar 4.11 Foto Kondisi Fisik Luar Bangunan	64
Gambar 4.12 Foto Kondisi Fisik Dalam Bangunan	65
Gambar 4.13 Foto Kondisi <i>Tenant</i> atau Ritel	66
Gambar 4.14 Foto Kondisi Fasilitas Penunjang	67
Gambar 4.15 Foto Kondisi Area Parkir	68
Gambar 5.1 Simpul Aktivitas di Kawasan Alam Sutera	98

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Pertumbuhan Pusat Perbelanjaan Modern di Kawasan Tangerang	2
Diagram 1.2 Skema Rancangan Penelitian	8
Diagram 4.1 Rata-rata Jumlah Pengunjung Mall Alam Sutera Q1 2013 - Q1 2016	51
Diagram 4.2 <i>Tenancy-mix</i> Mall Alam Sutera Lantai LG	59
Diagram 4.3 <i>Tenancy-mix</i> Mall Alam Sutera Lantai G	60
Diagram 4.4 <i>Tenancy-mix</i> Mall Alam Sutera Lantai 1	61
Diagram 4.5 <i>Tenancy-mix</i> Mall Alam Sutera Lantai 2	62
Diagram 4.6 <i>Overall Tenancy-mix</i> Mall Alam Sutera	63
Diagram 4.7 Jenis Kelamin Responden Pengunjung	70
Diagram 4.8 Usia Responden Pengunjung	70
Diagram 4.9 Tingkat Pendidikan Responden Pengunjung	71
Diagram 4.10 Jenis Pekerjaan Responden Pengunjung	72
Diagram 4.11 Status Pernikahan Responden Pengunjung	73
Diagram 4.12 Lokasi Tempat Tinggal Responden Pengunjung	75
Diagram 4.13 Lokasi Tempat Kerja Responden Pengunjung	76
Diagram 4.14 Responden Pengunjung terhadap Lama Perjalanan Menggunakan Mobil Menuju Mall Alam Sutera	77
Diagram 4.15 Moda Transportasi yang Digunakan Responden Pengunjung ...	78
Diagram 4.16 Penghasilan Rata-rata Responden Pengunjung per Bulan	80
Diagram 4.17 Pengeluaran Rata-rata Responden Pengunjung per Bulan	81
Diagram 4.18 Pengeluaran Rata-rata Responden Pengunjung di Mall Alam Sutera per Kunjungan	82
Diagram 4.19 Frekuensi Kunjungan Responden Pengunjung dalam Sebulan Terakhir	84
Diagram 4.20 Daya Tarik Utama Mall Alam Sutera terhadap Responden Pengunjung	84
Diagram 4.21 Karakter Berbelanja Responden Pengunjung	85

Diagram 4.22 Frekuensi Pengeluaran Pengunjung Terbesar terhadap Jenis Tenant Tertentu	86
Diagram 4.23 Jenis Usaha Penyewa Aktif	90
Diagram 4.24 Kelas Penyewa Aktif	90
Diagram 4.25 Lama Penyewa Menjalankan Usaha	91
Diagram 4.26 Jenis Usaha Penyewa Non-aktif	92
Diagram 4.27 Kelas Penyewa Non-aktif	92
Diagram 4.28 Lama Penyewa Non-aktif Menjalankan Usaha	93
Diagram 5.1 Hasil Tabulasi Silang Perbandingan Usia terhadap Lokasi Tempat Tinggal	101
Diagram 5.2 Perbandingan Pekerjaan terhadap Lokasi Tempat Bekerja Pengunjung	102
Diagram 5.3 Perbandingan Pekerjaan terhadap Penghasilan Pengunjung	103
Diagram 5.4 Perbandingan Usia terhadap Intensitas Pengeluaran Pengunjung di Mall Alam Sutera	104
Diagram 5.5 Perbandingan Pengeluaran per Bulan Pengunjung terhadap Pengeluaran di Mall	105
Diagram 5.6 Perbandingan Usia terhadap Intensitas Kunjungan di Mall Alam Sutera	106
Diagram 5.7 Perbandingan Usia terhadap Preferensi Berbelanja Pengunjung	107
Diagram 5.8 Perbandingan Usia Pengunjung terhadap Daya Tarik Mall Alam Sutera	108
Diagram 5.9 Perbandingan Status Pernikahan terhadap Pengeluaran Paling Sering di Mall Alam Sutera	109
Diagram 5.10 Perbandingan Status Pernikahan terhadap Preferensi Berbelanja Pengunjung	110
Diagram 5.11 Perbandingan Lokasi Tempat Tinggal Pengunjung terhadap Intensitas Kunjungan	111
Diagram 5.12 Perbandingan Intensitas Kunjungan terhadap Tingkat Pengeluaran di Mall Alam Sutera	112

Diagram 5.13 Tingkat Pendapatan terhadap Intensitas Pengeluaran	
Pengunjung di Mall Alam Sutera	113
Diagram 5.14 Perbandingan Intensitas Pengeluaran Pengunjung terhadap	
Mayoritas Jenis Usaha Penyewa	114
Diagram 5.15 Perbandingan Jenis Usaha terhadap Lama Menjalankan Usaha	
Penyewa Aktif	115
Diagram 5.16 <i>Importance Performance Analysis</i> Faktor Kepuasan	
Pengunjung	136
Diagram 5.17 <i>Importance Performance Analysis</i> Tingkat Kepentingan	
dan Kepuasan Pengunjung	137
Diagram 5.18 <i>Importance Performance Analysis</i> Dominasi Faktor Kepuasan	
Penyewa	139
Diagram 5.19 <i>Importance Performance Analysis</i> Sub Faktor	
Kepuasan Penyewa	141

DAFTAR LAMPIRAN

1. Profil Pengunjung Mall Alam Sutera	xix
A. Identitas Pengunjung	xix
B. Aksesibilitas Pengunjung	xxi
C. Pendapatan dan Pengeluaran Pengunjung	xxii
D. Preferensi Berbelanja Pengunjung	xxiv
2. Profil Penyewa Aktif Mall Alam Sutera	xxv
3. Kuesioner Untuk Responden Pengunjung Mall Alam Sutera	xxvi
4. Kuesioner Untuk Responden Penyewa Mall Alam Sutera	xxx