

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya pembangunan pusat perbelanjaan modern telah merambat ke kota-kota besar di Indonesia salah satunya kota Surabaya. Peningkatan pusat perbelanjaan di Surabaya dikarenakan beberapa faktor, salah satunya perilaku masyarakat di Surabaya yang semakin konsumtif. Meningkatnya pusat perbelanjaan berdampak pada tingkat persaingan yang semakin ketat sehingga pemilik pusat perbelanjaan harus mampu berinovasi dan memahami sikap serta kebutuhan konsumen dengan baik. Tabel 1.1 di bawah ini menunjukkan bahwa perkembangan pusat perbelanjaan di beberapa provinsi yang ada di Indonesia masih sangat banyak di minati oleh banyak orang dan juga munculnya pusat perbelanjaan baru di provinsi – provinsi tersebut.

Tabel 1.1

Pusat Perbelanjaan Menurut Provinsi 2018

NO	Provinsi	Jumlah
1	Jawa Barat	139
2	Jakarta	80
3	Jawa Timur	65
4	Jawa Tengah	51
5	Banten	50

Sumber : Katadata (2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Provinsi Jawa Barat menempati urutan pertama yaitu sebanyak 139 pusat perbelanjaan dan peringkat kedua adalah DKI Jakarta dengan 80 pusat perbelanjaan. Provinsi Jawa Timur menempati urutan ketiga yaitu sebanyak 65 pusat perbelanjaan, dimana hal ini menunjukkan bahwa Jawa Timur memiliki minat beli masyarakat yang tinggi. Adanya minat beli yang tinggi di Jawa Timur dapat dilihat pada Tabel 1.2 jumlah pengunjung mall yang ada di Surabaya.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung *Mall* di Surabaya

	Hari Biasa	Hari Libur
Tunjungan Plaza	20.000	24.000
Grand City	6.000	10.000
Royal Plaza	80.000	100.000

Sumber: Taufik (2016)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat di simpulkan bahwa pengunjung *mall* paling terbanyak yang ada di Surabaya adalah Royal Plaza sebanyak 80.000 pengunjung untuk hari biasa dan 100.000 pengunjung untuk hari libur, kemudian diikuti oleh Tunjungan Plaza sebagai mall urutan kedua yang banyak di kunjungi di Surabaya dengan jumlah pengunjung sebanyak 20.000 pengunjung di hari biasa dan 24.000 pengunjung di hari libur, dan terakhir terdapat Grand City sebagai mall ketiga yang sering di kunjungi di kota Surabaya dengan jumlah 6000 pengunjung di hari biasa dan 10.000 pengunjung di hari libur.

Objek penelitian ini adalah Tunjungan Plaza, yang merupakan mall yang sangat strategis kota Surabaya. Lokasi Tunjungan Plaza yang berada di tengah kota menjadikan Tunjungan Plaza sebagai salah satu destinasi belanja. Objek penelitian ini fokus pada Tunjungan Plaza 6, dimana Tunjungan Plaza 6 merupakan *mall* terbaru dari Tunjungan Plaza 6 yang memiliki jembatan yang langsung menghubungkan ke Hotel Sheraton, kemudian Tunjungan Plaza 6 mempunyai konsep “*life style mall*” bagi anak muda untuk berbelanja.

Mall value mengacu pada situasi yang memberikan suatu pengalaman pelanggan yang berada dalam interaksi dengan beberapa toko (Iqbal, 2012), yang memiliki indikator *hedonic motives* menciptakan suatu gairah berbelanja karena adanya model terbaru untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudian nilai *utilitarian* mengacu pada suatu dorongan individu dalam melakukan evaluasi motif dalam mendapatkan produk yang berkualitas (Subagio, 2011). Selanjutnya adalah nilai interaksi sosial mengacu pada perolehan pengalaman belanja positif melalui interaksi dengan orang lain (Davis dan Hodges, 2012). Terakhir adalah nilai kenyamanan waktu adalah pembeli dapat menemukan bahwa pusat pembelanjaan

memberikan kenyamanan waktu lebih banyak daripada jenis pusat pembelian lainnya (El-Aldy & Eid, 2015).

Lingkungan toko yang menarik perhatian konsumen mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian yang tidak terencana (Yudatama, *et al.*, 2012), Berbelanja suatu tindakan yang digunakan untuk menghilangkan kebosanan dari aktivitas dan rutinitas, mempelajari tren, model baru, kegiatan fisik, melakukan kegiatan cuci mata, melakukan sosialisasi, dan berinteraksi dengan masyarakat (Pancaningrum, 2017). Staf toko suatu aset yang berharga yang harus dimiliki dalam setiap toko yang digunakan untuk mempengaruhi dalam melakukan pembelian suatu produk di dalam toko (Assunção, *et al.*, 2014). Terakhir adalah jika desain yang telah dibuat didalam toko menarik akan menyebabkan konsumen tertarik untuk mengunjungi toko (Pancaningrum, 2017).

Loyalitas mengacu pada suatu hal yang penting mengenai pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen pada sebuah toko (Caruana dalam Aryani dan Rosinta, 2010). Jika sebuah konsumen loyal terhadap suatu toko atau pusat pembelanjaan akan menyebabkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali suatu produk dalam toko (Tu, Li & Chih, 2013).

Penelitian Soewito (2018) yang berjudul Pengaruh Atribut Pusat Perbelanjaan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kawasan Sentra Jakarta Barat menyatakan bahwa *mall environment* berhubungan negatif terhadap *satisfaction* dan *loyalty* dan *mall value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* dan *loyalty*. Sedangkan menurut penelitian dari El-Aldy dan Eid (2016) menyatakan bahwa *mall environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* dan *loyalty*, dan juga menurut Fajriah (2015) yang menyatakan bahwa lingkungan toko berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas. Berdasarkan latar belakang yang telah di jabarkan maka peneliti ingin menguji pengaruh *mall environment* terhadap *mall value*, *satisfaction*, dan *loyalty* di Tunjungan Plaza 6.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Mall Recreational* berpengaruh terhadap *Mall Environment* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
2. Apakah *Mall Interior* berpengaruh terhadap *Mall Environment* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
3. Apakah *Mall Staff* berpengaruh terhadap *Mall Environment* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
4. Apakah *Hedonic* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
5. Apakah *Utilitarian* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
6. Apakah *Social Interaction* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
7. Apakah *Time Convenience* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
8. Apakah *Mall Environment* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
9. Apakah *Mall Environment* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
10. Apakah *Mall Value* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?
11. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Mall Recreational* berpengaruh terhadap *Mall Environment* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.

2. Untuk menguji pengaruh *Mall Interior* berpengaruh terhadap *Mall Environment* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh *Mall Staff* berpengaruh terhadap *Mall Environment* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
4. Untuk menguji pengaruh *Hedonic* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
5. Untuk menguji pengaruh *Utilitarian* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
6. Untuk menguji pengaruh *Social Interaction* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
7. Untuk menguji pengaruh *Time Convenience* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
8. Untuk menguji pengaruh *Mall Environment* berpengaruh terhadap *Mall Value* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
9. Untuk menguji pengaruh *Mall Environment* terhadap *Customer Satisfaction* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
10. Untuk menguji pengaruh *Mall Value* terhadap *Customer Satisfaction* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.
11. Untuk menguji pengaruh *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di Tunjungan Plaza 6 Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian:

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Akademis

Secara akademisi, untuk mengetahui hubungan teori yang sudah dipelajari dan mengembangkan ilmu, khususnya ilmu membuat pengunjung di *mall* puas dan loyal, mengenai hubungan *Mall Recreational*, *Mall Interior*, *Mall Staff*, *Mall Environment*, *Hedonic*, *Utilitarian*, *Social Interaction*, *Time Convenience*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

2) Manfaat Praktis

Memberikan informasi bagi Tunjungan Plaza 6 di Surabaya untuk dijadikan dasar pembuatan strategi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung di mall ini, khususnya *Mall Recreational, Mall Interior, Mall Staff, Mall Environment, Hedonic, Utilitarian, Social Interaction, Time Convenience, Mall Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 berisi landasan teori, penelitian terdahulu, model analisis, dan pengembangan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab 3 berisi desain penelitian, identifikasi, definisi, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab 4 berisi karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab 5 berisi kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.