

PENGARUH *MALL ENVIRONMENT*, *MALL VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA CIPUTRA WORLD MALL SURABAYA

SKRIPSI



OLEH :

SOGO TANADI

3103013065

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *MALL ENVIRONMENT, MALL VALUE, CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA CIPUTRA
WORLD MALL SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**OLEH :
SOGO TANADI
3103013065**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *MALL ENVIRONMENT, MALL VALUE, CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA CIPUTRA
WORLD MALL SURABAYA**

**OLEH :
SOGO TANADI
3103013065**

**Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji**

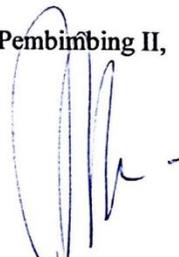
Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si.

**Tanggal: 12/17
/7**

Pembimbing II,



Arini, SE. MM.

Tanggal: 13/7 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sogo Tanadi NRP 3103013065

Telah diuji pada tanggal 28 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Tuty Lindawati, S.E., M.M.

NIK. 311.97.0297

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodowicus Lasdi, MM., Ak., CA
NIK. 321. 99. 0370



Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc
NIK. 311. 11. 0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sogo Tanadi
NRP : 3103013065
Judul Skripsi : Pengaruh *Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Pada Ciputra World Mall Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarisme*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2017-07-06
Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia dan penyertaannya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* Pada Ciputra World Mall Surabaya” telah terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar membagikan ilmu pengetahuan serta membimbing dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Ibu Arini, SE. MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar membagikan ilmu pengetahuan serta membimbing dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Ritel yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

6. Keluarga saya yang tercinta, kedua orang tua dan kakak, yang tidak pernah lelah dalam memberikan semangat dan doa yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat berjuang hingga titik akhir untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan doa.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1. <i>Stimulus-Organism-Response</i>	10
2.2.2. <i>Customer Loyalty</i>	12
2.2.3. <i>Cusromer Satisfaction</i>	14
2.2.4. <i>Mall Value</i>	16
2.2.5. <i>Mall Environment</i>	23

2.3 Hubungan antar Variabel.....	24
2.3.1. Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Mall Value</i>	24
2.3.2. Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.3. Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	26
2.3.4. Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.5. Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	28
2.3.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
2.4 Model penelitian	29
2.5 Hipotesis.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Identifikasi Variabel.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
a. <i>Customer Loyalty</i>	32
b. <i>Customer Satisfaction</i>	32
c. <i>Mall Value</i>	32
d. <i>Mall Environment</i>	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.5 Skala Pengukuran Variabel.....	34
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.8 Metode Analisis Data....	36
1. Prosedur Penerapan <i>Structural Equation Modelling</i>	36
2. Prosedur Pengujian SEM.....	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Validitas	39

c. Uji Reliabilitas	39
d. Uji Kecocokan (<i>fit</i>) Model.....	40
e. Uji Hipotesis	41
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Karakteristik Responden	42
4.1.1. Jenis Kelamin	42
4.1.2. Usia Responden	43
4.1.3. Jenis Pekerjaan	43
4.1.4. Intensitas Berbelanja	44
4.1.5. Tenant yang Dituju	45
4.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.2.1. Deskripsi variabel <i>Mall Environment</i>	46
4.2.2. Deskripsi variabel <i>Mall Value</i>	47
4.2.3. Deskripsi variabel <i>Customer Satisfaction</i>	48
4.2.4. Deskripsi variabel <i>Customer Loyalty</i>	49
4.3 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	50
4.3.1 Uji Normalitas	50
4.3.2 Uji Validitas	52
4.3.3 Uji Reabilitas.....	53
4.3.4 Uji Kecocokan Model	54
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	55
4.3.6 Uji Hipotesis.....	56
4.3.7 Pembahasan	58
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR KEPUSTAKAAN	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....9
Tabel 3.1	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> 40
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden..... 42
Tabel 4.2	Usia Responden..... 43
Tabel 4.3	Jenis Pekerjaan Responden 44
Tabel 4.4	Intensitas Berbelanja Responden..... 44
Tabel 4.5	Tenant yang Dituju Responden 45
Tabel 4.6	Kategori Rata-rata Jawaban Responden 46
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Mall Environment</i> 47
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Mall Value</i> 48
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> 49
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> 50
Tabel 4.11	Tabel Pengujian Normalitas Univariat..... 51
Tabel 4.12	Tabel Pengujian Normalitas Multivariat..... 52
Tabel 4.13	Tabel Uji Validitas 53
Tabel 4.14	Tabel Uji Reabilitas..... 54
Tabel 4.15	Tabel Uji Kecocokan Model 55
Tabel 4.16	Tabel Uji Hipotesis..... 57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Model Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> 11
Gambar 2.2	Model Penelitian 30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Jenis Kelamin Responden
- Lampiran 4 : Usia Responden
- Lampiran 5 : Jenis Pekerjaan Responden
- Lampiran 6 : Intensitas Berbelanja Responden
- Lampiran 7 : Tenant yang Dituju Responden
- Lampiran 8 : Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas *Univariate*
- Lampiran 10 : Hasil Uji Normalitas *Multivariate*
- Lampiran 11 : Path Diagram *T-Values*
- Lampiran 12 : Hasil *Standardized Solution* dan Perhitungan Uji Reabilitas
- Lampiran 13: Hasil *Goodness of Fit*
- Lampiran 14: *Structural Equation*
- Lampiran 15: Path Diagram *Estimate*
- Lampiran 16: Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 17: Hasil Output Pengaruh Secara Tidak langsung
- Lampiran 18: *Syntax*

Pengaruh *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Ciputra World Mall Surabaya

ABSTRAK

Saat kita berbelanja di dalam *mall* untuk sekedar bersenang-senang bersama kerabat maupun keluarga, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kita untuk berbelanja kembali dan melakukan pembelian secara berulang-ulang pada *mall* tertentu atau biasa dikenal dengan *Customer Loyalty*. Faktor-faktor tersebut adalah *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Obyek dari penelitian ini adalah mereka yang berbelanja di Ciputra World Mall Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 133 responden. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan : (1) *Mall Environment* berpengaruh positif terhadap *Mall Value*, (2) *Mall Environment* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, (3) *Mall Environment* tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, (4) *Mal Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, (5) *Mall Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, (6) *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci : *Mall Environment*, *Mall Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*

Influence of Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction to Customer Loyalty in Ciputra World Mall Surabaya

ABSTRACT

When we shop in the mall just to have fun with relatives or family, there are several factors that affect us to repurchase and make repeated purchases at certain malls or commonly known as Customer Loyalty. These factors are Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction. This study aims to determine the effect of Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction to Customer Loyalty. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis technique. The object of this research is those who shop at Ciputra World Mall Surabaya, with the number of sample as many as 133 respondents. The results of this study can be concluded: (1) Mall Environment has a positive effect on Mall Value, (2) Mall Environment has no effect on Customer Satisfaction, (3) Mall Environment has no effect on Customer Loyalty, (4) Mall Value has positive effect on Customer Satisfaction, (5) Mall Value positively affects Customer Loyalty, (6) Customer Satisfaction positively affect Customer Loyalty.

Keywords : Mall Environment, Mall Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty