

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN
TENANT DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI LIPPO PLAZA JOGJA**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Rizath Widodo Selan

NIM : 11170203

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2020**

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN
TENANT DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI LIPPO PLAZA JOGJA**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Rizath Widodo Selan

NIM : 11170203

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2020**

SKRIPSI

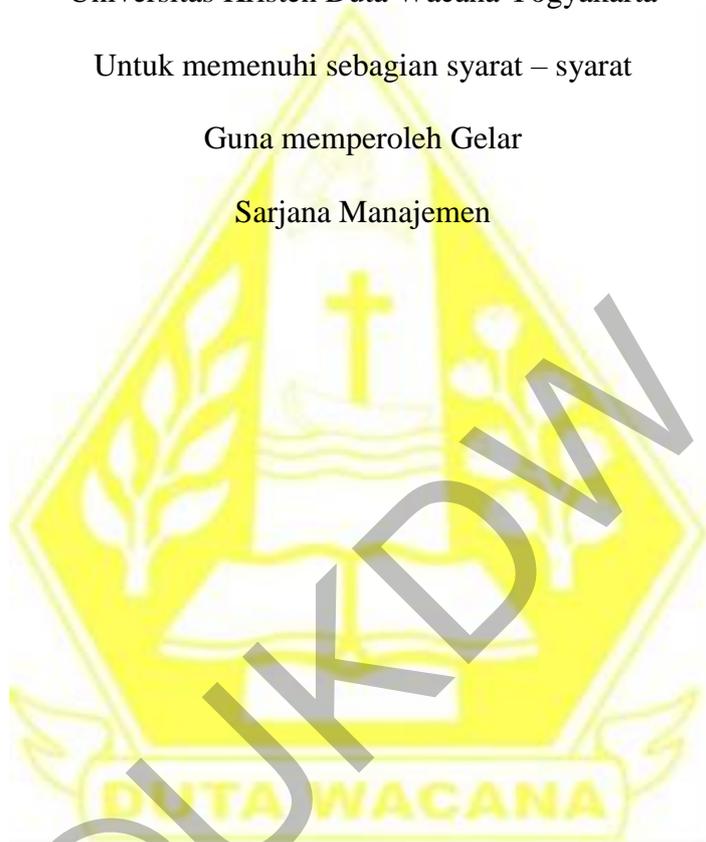
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi sebagian syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Oleh :

Rizath Widodo Selan

11170203

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizath Widodo Selan
NIM : 11170203
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN TENANT DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LIPPO PLAZA JOGJA”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 13 Januari 2021

Yang menyatakan



(Rizath Widodo Selan)

NIM.11170203

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN TENANT
DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LIPPO
PLAZA JOGJA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

RIZATH WIDODO SELAN

11170203

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 07 Januari 2021

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, SE., MM.
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM.
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM.
(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 11 Januari 2021

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si.



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN TENANT DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LIPPO PLAZA JOGJA.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 25 November 2020



Rizath Widodo Selan (11170203)

MOTTO

“Apa pun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”

(kolose 3:23)

“Sekalipun aku mempunyai karunia untuk bernubuat dan aku mengetahui segala rahasia dan memiliki seluruh pengetahuan; dan sekalipun aku memiliki iman yang sempurna untuk memindahkan gunung, tetapi jika aku tidak mempunyai kasih aku sama sekali tidak berguna”

(1 Korintus 13:2)

“Masa depan merupakan ketidakpastian, tak ada takdir yang tidak kita buat sendiri”

(Rizath Widodo)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus yang telah menyertai penulis selama menempuh pendidikan.
2. Bapak Albinus Selan dan Ibu Tugiyem. Selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, nasehat dan dukungan pada penulis.
3. Bapak Mujiono dan Ibu Sisariyem. Selaku orang tua asuh penulis selama menempuh pendidikan.
4. Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
5. Dekan Fakultas Bisnis beserta Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Sahabat penulis yaitu : Dimas, Valentcio, Tomi, Dani, Rolly, Yoshua, Tasya, Marthen, Bambang, Sholeh, yang selalu memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan pendidikan.
7. Jajaran Manajemen Lippo Plaza Jogja yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Lippo.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan penyertaannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN TENANT DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LIPPO PLAZA JOGJA**”. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang sudah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak untuk dapat memberikan kritik dan saran untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Meskipun masih terdapat kekurangan dan kelemahan dari skripsi ini penulis berharap skripsi ini dapat membawa manfaat untuk semua pihak dikemudian hari.

Yogyakarta, 25 November 2020

Penulis



Rizath Widodo Selan

NIM : (11170203)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Promosi.....	9
2.1.2 Keanekaragaman Tenant	14
2.1.3 Suasana	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hipotesis	29

2.4 Kerangka Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Data.....	31
3.1.1 Jenis Data.....	31
3.1.2 Pengumpulan Data.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	34
3.3 Definisi Operasional Variabel	35
3.3.1 Variabel.....	35
3.3.2 Operasional Variabel	36
3.4 Metode Analisis Data	38
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.4.2 Uji Validitas.....	39
3.4.3 Uji Reliabilitas.....	40
3.5 Pengujian Hipotesis	42
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.5.2 Uji Hipotesis.....	42
a. Koefisien Determinasi (R^2)	42
b. Uji F	43
c. Uji t.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	45
4.2 Karakteristik Responden.....	45
4.3 Analisis Data	53
4.3.1 Uji Validitas.....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Pengujian Hipotesis	58
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58

4.4.2 Uji Hipotesis	61
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
b. Uji F	62
c. Uji t.....	63
4.5 Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tenant di Lippo Plaza Jogja	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan pernah berkunjung	46
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan usia	47
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	48
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	49
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan	50
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan intensitas berkunjung	51
Tabel 4.8 Karakteristik responden berdasarkan alasan berkunjung	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keanekaragaman Tenant	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F	63
Tabel 4.17 Hasil Uji t	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	30
------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	76
Data Kuesioner	80
Analisis Deskriptif.....	84
Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
Hasil Uji Regresi Linier Berganda	88

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, keanekaragaman tenant dan suasana terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Lippo Plaza Joga. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis datanya menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa besarnya pengaruh promosi, keanekaragaman tenant dan suasana terhadap kepuasan konsumen (Adjusted R^2) adalah sebesar 57,2% . Uji F pada penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, keanekaragaman tenant dan suasana secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja. Uji t menunjukkan bahwa promosi, keanekaragaman tenant, dan suasana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Promosi, Keanekaragaman Tenant, Suasana dan Kepuasan konsumen

©UKDWN

ABSTRACT

This research aims to determining the effect of promotion, tenant diversity and atmosphere towards customer satisfaction at Lippo Plaza Jogja, using quantitative research method. Data were collected by quistionnaires and data analysis techniques using multiple linier regression. The informants of this study were a total of 100, aged 18 – 25 years old with at least Rp 1.000.000 monthly expenses, and who visit Lippo Plaza Jogja for 1 – 5 times a month. Informants were selected using purposive sampling method.

The results of this research indicate that the magnitude of the effect of promotion, tenant diversity and atmosphere towards customer satisfaction (Adjusted R²) have score 57,2%. The F test in this research shows that promotion, tenant diversity and atmosphere have a simultaneous effect on cunsomer satisfaction at Lippo Plaza Jogja. The t test shows that promotion, tenant diversity, and atmosphere have a positif and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : Promotion, Tenant Diversity, Atmosphere, Consumer Satisfaction

©UKDWN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah situasi pandemi covid-19 saat ini, mengakibatkan keadaan ekonomi dunia tidak stabil. Keadaan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 berdampak pada perkembangan bisnis dunia. Banyak perusahaan yang jumlah profitnya semakin menurun. Keadaan ini tentu saja menjadi masalah fundamental bagi perusahaan dan sukar untuk diperbaiki. Sebab untuk memperbaiki permasalahan ekonomi yang terjadi perlu langkah tegas dari pemerintah di masing – masing negara, masyarakat dan juga perusahaan.

Ketidakstabilan ekonomi dunia juga berdampak pada negara Indonesia, dimana keadaan ekonomi Indonesia mengalami penurunan. Ini ditandai dengan tingkat kemampuan konsumen dalam membeli barang. Menurunnya daya beli konsumen juga akan berdampak pada penurunan jumlah konsumen pada pusat perbelanjaan dan mengakibatkan penurunan jumlah pendapatan perusahaan.

Salah satu sektor bisnis yang mengalami dampak dari pandemi covid-19 adalah pusat perbelanjaan/mal. Dimana terjadi penurunan jumlah pengunjung, berdasarkan berita yang di lansir ekonomi.bisnis (2020) “ Menurut Alphonsuz selaku Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Perbelanjaan Indonesia (APPBI) penurunan tingkat kunjungan mal ini terjadi pada hari biasa maupun akhir pekan. Dampak virus corona yang terus meningkat di Tanah Air membuat masyarakat membatasi ruang geraknya ke ruang pusat keramaian seperti mal. Sehingga terjadi penurunan pengunjung antara 20 persen hingga 50 persen”.

Penurunan jumlah pengunjung mal juga dirasakan beberapa mal yang berada di Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Beberapa mal diantaranya adalah Lippo Plaza Jogja, Plaza Ambarukmo, Jogja City Mall, Hartono Mall Yogyakarta, Malioboro Mall, Sleman City Hall dan lain – lain. Turunnya jumlah pengunjung di mal, lantas membuat pengelola mal yang terdapat di Kota Yogyakarta dan sekitarnya harus berusaha lebih keras untuk memikat hati konsumen supaya tetap tertarik untuk berkunjung dan berbelanja di mal.

Salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen sehingga tetap tertarik untuk berbelanja di mal yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan harapan konsumen tetap setia berkunjung ke mal. Menurut Umar (1997) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapkan. Konsumen akan merasa puas jika apa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Sebagai hasil dari perasaan yang bagus dan benar-benar terpuaskan, besar kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan memberikan keuntungan lebih pada perusahaan, sehingga akan tercipta hubungan yang lebih kuat dalam jangka panjang. Pelanggan yang merasa dekat dengan perusahaan akan mempromosikan dari mulut-ke mulut dan akan merekomendasikan perusahaan tersebut Sasono (2013).

Terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di mal, diantaranya adalah promosi yang diberikan kepada konsumen, jumlah dan jenis tenant yang terdapat di mal, penciptaan suasana yang menarik sehingga dapat menarik konsumen untuk berkunjung ke mal dan lainnya.

Promosi merupakan salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran. Menurut Morissan (2007) promosi didefinisikan sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Promosi, dilihat dari sudut pandang konsumen juga dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai produk, harga dan informasi lainnya yang dianggap bermanfaat bagi konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Tumbuan, Ngalimin dan Mandagie (2019) menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Matahari department store mega mall Manado.

Di dalam tempat perbelanjaan terdapat istilah tenant. Tenant merupakan pihak penyewa properti di tempat perbelanjaan. Pihak penyewa tenant biasanya terdiri dari perorangan/perusahaan yang memasarkan produknya di dalam pusat perbelanjaan. Keanekaragaman tenant di pusat perbelanjaan juga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Semakin banyak ragam tenant maka semakin besar konsumen untuk mendapatkan produk – produk yang di inginkan di satu tempat perbelanjaan yang sama. Jika konsumen bisa mendapatkan produk – produk yang mereka inginkan maka besar kemungkinan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sari dan Setiyowati (2017), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Suasana sebuah pusat perbelanjaan juga dapat berpengaruh terhadap konsumen yang berkunjung. Suasana yang nyaman dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk selalu berkunjung di pusat perbelanjaan. Menurut Purwaningsih (2018) suasana toko (*store atmosphere*) adalah suatu karakteristik

fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis dan bisa mempengaruhi perasaan atau mood dari para konsumen yang berkunjung ke toko sehingga mempengaruhi minat untuk membeli, karena *store atmosphere* berperan sebagai pencipta suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama – lama berada didalam toko dan secara tidak langsung dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Huznul Karya (2019) membuktikan bahwa suasana tempat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung ditengah situasi pandemi, Lippo Plaza Jogja berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Salah satu cara yang dilakukan untuk memberikan kepuasan konsumen yaitu dengan melakukan promosi dalam bentuk pemberian voucher belanja, hadiah dan potongan belanja/diskon yang ditawarkan tenant – tenant di Lippo Plaza Jogja.

Meskipun promosi sudah dilakukan secara intensif selama beberapa bulan, akhir – akhir ini jumlah pengunjung di Lippo Plaza Jogja dirasa belum mengalami peningkatan yang maksimal. Berdasarkan survey yang dilakukan penulis di Lippo Plaza Jogja terdapat beberapa tenant yang tidak aktif beroperasi, sehingga besar kemungkinan faktor keanekaragaman tenant juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut ini merupakan nama – nama tenant yang aktif di Lippo Plaza Jogja saat dilakukannya survey :

Tabel 1.1
Tenant di Lippo Plaza Jogja

No	Lantai	Tenant Aktif	Jenis Tenant
1.	Lower Ground (LG)	Olive	Kuliner

2.	Ground Floor	Kabobs	Kuliner
3.		Chatime	Kuliner
4.		Kopi Kenangan	Kuliner
5.		Matahari Dept Store	Fashion
6.		Miniso	Fashion
7.		Adidas	Fashion
8.		Ibox	Elektronik
9.		Ekologi	Kuliner
10.		KFC	Kuliner
11.		Richeese Factory	Kuliner
12.	Upper Ground (UG)	Celebrity Fitness	Pusat Kebugaran
13.		Sports Station	Fashion
14.		Ovo Corner	Layanan
15.		Matahari Dept Store	Fashion
16.		Buti	Kuliner
17.		Pempek Ny Kamto	Kuliner
18.		Yamie Panda	Kuliner
19.	First Floor (L1)	Food Court	Kuliner
20.		The Gardoe	Kuliner
21.		MR DIY	Perlengkapan Rumah Tangga
22.		Cinepolis	Hiburan

23.		Kangkung Bakar	Kuliner
24.		PokPok	Kuliner
25.		Tea Break	Kuliner
26.	Second Floor (P2)	Foto Box	Jasa Foto

(Sumber, data survey Oktober 2020)

Selain keanekaragaman tenant, suasana juga berperan terhadap peningkatan jumlah pengunjung di mal. Dimana selama pandemi berlangsung terjadi perubahan suasana didalam mal, hal ini berkaitan dengan penerapan protokol kesehatan sehingga fungsi dari fasilitas yang terdapat di mal mengalami perubahan. Untuk menciptakan suasana yang dapat membuat konsumen tertarik berkunjung ke mal, saat ini Lippo Plaza Jogja rutin mengadakan live music, pameran kuliner, otomotif dan lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEANEKARAGAMAN TENANT DAN SUASANA MAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LIPPO PLAZA JOGJA”**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja?

1.2.2 Apakah keanekaragaman tenant berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja?

1.2.3 Apakah suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja
- 1.3.2 Untuk menganalisis apakah keanekaragaman tenant berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja
- 1.3.3 Untuk menganalisis apakah suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat untuk Peneliti

Sebagai salah satu upaya untuk memenuhi syarat akademik dalam memperoleh gelar sarjana manajemen (S.M), serta penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti tentang bagaimana pengaruh promosi, suasana dan keanekaragaman tenant terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja.

1.4.2 Manfaat untuk tempat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah – langkah dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen saat berkunjung ke Lippo Plaza Jogja sehingga diharapkan mampu untuk meningkatkan volume pengunjung. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan untuk menentukan kebijakan selanjutnya.

1.4.3 Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat digunakan sebagai bahan kajian – kajian, rekomendasi atau referensi yang dapat mendorong penelitian lanjutan dalam ilmu pemasaran secara keseluruhan.

1.4.4 Masyarakat

Sebagai sumber informasi untuk memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran ditengah masyarakat.

1.5 Batasan Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian dilakukan di Lippo Plaza Jogja

1.5.2 Waktu penelitian dilakukan pada bulan September – November

1.5.3 Profil responden

Jenis kelamin : Laki – laki dan Perempuan

Usia : 18 – 25 tahun, 26 – 33 tahun, 34 – 41 tahun dan diatas 41 tahun

Daerah Asal : Responden dari seluruh Indonesia yang pernah berkunjung ke Lippo Plaza Jogja

Tingkat pendidikan : SMA/ SMK, D3, Sarjana, Pascasarjana dan Lainnya

Status pekerjaan : Pelajar/ Mahasiswa, PNS/ TNI/ POLRI, Karyawan Swasta, Wiraswasta dan Lainnya.

1.5.4 Variabel penelitian

Penelitian ini di fokuskan pada Promosi, Keanekaragaman Tenant, Suasana dan kepuasan Konsumen.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang dilakukan terhadap 100 responden tentang analisis pengaruh promosi, keanekaragaman tenant dan suasana terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja dengan taraf kesalahan 5%, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

5.1.1 Profil Konsumen

Seluruh responden yang terdapat dalam penelitian ini pernah berkunjung ke Lippo Plaza Jogja, dengan rata – rata kunjungan sebanyak 1 – 5 kali dalam satu bulan, yang didominasi perempuan dengan rentang usia 18 – 25 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/ SMK dan status pekerjaan pelajar/ mahasiswa, yang memiliki pengeluaran perbulannya s/d – Rp 1.000.000. Dari seluruh responden sebagian besar berkunjung ke Lippo Plaza Jogja dikarenakan suasananya yang nyaman.

5.1.2 Hasil Uji t

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial seluruh variabel promosi, keanekaragaman tenant dan suasana memiliki nilai signifikansi ≤ 0.05 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi, keanekaragaman tenant dan suasana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya melibatkan sampel konsumen Lippo Plaza Jogja sejumlah 100 orang, sehingga tingkat keakuratan dari penelitian ini belum maksimal.
2. Jumlah responden masih didominasi kalangan pelajar/ Mahasiswa berusia 18 – 25 tahun sehingga belum dapat mewakili seluruh latar belakang usia konsumen Lippo Plaza Jogja.
3. Pengumpulan data dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan kuesioner, sehingga data yang dihasilkan masih bersifat subyektif.
4. Dalam penelitian ini hanya membahas mengenai promosi, keanekaragaman tenant dan suasana. Masih terdapat beberapa variabel seperti lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan dan lainnya untuk mengetahui lebih dalam mengenai kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja.

5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan (Lippo Plaza Jogja)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini merupakan beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti :

- a. Dalam penelitian ini variabel keanekaragaman tenant memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja. Dengan demikian untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka Lippo Plaza Jogja dapat lebih memperhatikan keanekaragaman tenant yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- b. Peningkatan keanekaragaman tenant yang ada di Lippo Plaza Jogja, hendaknya juga berbanding lurus dengan peningkatan suasana. Hal ini

dikarenakan variabel suasana memiliki pengaruh signifikan yang nilainya tidak terlampau jauh dengan keanekaragaman tenant. Peningkatan suasana dapat dilakukan dengan cara meningkatkan intensitas dari apa yang sudah dilakukan Lippo Plaza Jogja, seperti pengadaan event dan pengoptimalan fasilitas yang ada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Jumlah responden dalam penelitian selanjutnya sebaiknya lebih diperbanyak dan pemilihan usia responden diharapkan lebih bervariasi mencakup segala kalangan sehingga dapat mewakili seluruh latar belakang konsumen Lippo Plaza Jogja
- b. Dalam pengumpulan data dapat ditambahkan menggunakan metode wawancara dan melibatkan konsumen loyal Lippo Plaza Jogja sehingga hasil dari penelitian dapat lebih akurat.
- c. Menambah variabel penelitian seperti lokasi, kualitas pelayanan dan lainnya sehingga dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel selain dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Azwar, S. (2000). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pus-taka Pelajar.
- Budiman, I. (2020, 03 15). *Jumlah Pengunjung Turun 50 Persen, Pengusaha Mal Putar Otak*. Retrieved from ekonomi.bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200315/47/1213417/jumlah-pengunjung-turun-50-persen-pengusaha-mal-putar-otak>
- Daud, D. (2013). Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT.Bess Finance Manado. *Jurnal EMBA*, 51 - 59.
- Dewi, L., & Sindarko, W. (2018). Pengaruh Keragaman dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 61-69.
- Engels, J., & Roger, B. (1995). *Perilaku Konsumen Edisi-6, Jilid 1*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen. Edisi II*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghiselli, E. E., John, P. C., & Sheldon, Z. (1981). *Measurement Theory for the Behavioral Sciences*. New York: W H Freeman and Company.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen pemasaran edisi kedua cetakan keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadi, S. (1999). *Methodology Reseach*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikolog UGM.
- Hartono, J. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Husein , U. (2000). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. . Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kismono, G. (2001). *Menyusun Seri Harga, Seri Manajemen 40*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Kotler, P. (1994). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Edisi Kedelapan, Jilid I*. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2.* (B. Molan , Trans.) Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ketigabelas.* Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jilid I.* Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi.* Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Edisi 5 Jilid 2.* (D. Kartini, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Purwaningsih. (2018). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada. *Jurnal Administrasi Bisins* , 58.
- Sasono, E. (2013). KEPUASAN PELANGGAN: PETUNJUK PENTING UNTUK MEMBINA RELASI. *Value Added : Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 16.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.* Bandung: CV Alfabeta.
- Sumrawan , U. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam pemasaran.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutarman. (2012). *Pengantar Tekhnologi Informasi.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (1998). *Manajemen Jasa. Edisi 1.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip - Prinsip Total Quality Service.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi pemasaran, edisi kedua.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa.* Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran.* Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi kedua.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (1997). *Study Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, B. A. (2015). *Pengaruh, Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

©UKDW