

PENGARUH KENYAMANAN PUSAT PERBELANJAAN DAN TENANT PENGISI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOTA KASABLANKA MALL JAKARTA

Fidelia Katherina Aritonang¹, Apriatni Endang Prihatini², Agung Budiarmo³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: Fideliakatherina28@gmail.com

Abstract: Kota Kasablanka Mall Jakarta is a mall located in the city of South Jakarta. In 2019, Kota Kasablanka Mall Jakarta has experienced a decrease in income presentation and an increase in the number of complaints. This study aims to determine the effect of consumer satisfaction and filling tenants on consumer satisfaction at Kota Kasablanka Mall Jakarta partially or simultaneously. The number of samples taken was 100 respondents who were consumers from Kota Kasablanka Mall Jakarta. The sampling technique uses purposive and accidental sampling techniques. In data analysis using validity test, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple regression analysis, multiple regression analysis, t test and f test. The results of the study show that both simultaneously and partially the convenience of shopping centers and tenants fills have a significant positive effect on customer satisfaction. The results of the correlation in this study also show that the convenience of shopping centers and filling tenants has a strong relationship. Based on these results, companies are advised to check existing filling tenants in order to have good inventory management, create a single entry and multiple exit system policy, work together with online parking system providers, and bring in tenants who are more familiar.

Keywords: Consumer Satisfaction, Convenience, Shopping Centers, Tenants

Abstraksi: Kota Kasablanka Mall Jakarta (Kokas) merupakan mall yang berlokasi pada kota Jakarta Selatan. Berdasarkan data pendapatan pakuwon group selaku pengembang dari Kota Kasablanka Mall, Kota Kasablanka Mall Jakarta mengalami penurunan presentasi pendapatan dan mengalami kenaikan jumlah keluhan pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen (X_1) dan tenant pengisi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kota Kasablanka Mall Jakarta secara parsial maupun simultan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen dari Kota Kasablanka Mall Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive* dan *accidental sampling*. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji t dan uji f. dengan menggunakan software SPSS 25.00 for windows. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan maupun parsial variabel Kenyamanan Pusat Perbelanjaan dan Tenant Pengisi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil korelasi pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan disarankan untuk melakukan pengecekan terhadap tenant pengisi yang ada untuk memiliki manajemen persediaan yang baik, membuat kebijakan sistem satu pintu masuk dan beberapa pintu keluar, kebijakan, bekerja sama dengan penyedia parking system online, dan menghadirkan lebih banyak tenant-tenant familiar.

Kata Kunci: Kenyamanan, Kepuasan konsumen, Pusat Perbelanjaan, Tenant

Pendahuluan

Perkembangan pusat perbelanjaan di Indonesia terjadi perkembangan yang cukup pesat belakangan ini. Keberadaan pusat perbelanjaan ini masih terkonsentrasi di Pulau Jawa khususnya pada provinsi Jakarta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 diketahui jumlah pusat perbelanjaan di Provinsi Jakarta berjumlah sebanyak 80 pusat perbelanjaan dengan jumlah pusat perbelanjaan terbanyak berada pada kota administrasi Jakarta Selatan dengan jumlah 25 pusat perbelanjaan. Banyaknya mall di Kota Jakarta ini membuat persaingan antar pusat perbelanjaan semakin ketat. Ketatnya persaingan satu pusat perbelanjaan dengan pusat perbelanjaan lainnya memungkinkan terjadinya sepi pengunjung di pusat perbelanjaan yang gagal melakukan strategi. Sebuah pusat perbelanjaan dalam memenangkan persaingan tentunya harus mampu memberikan kepuasan pada konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah perilaku emosional yang dirasakan konsumen dengan membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk dan jasa (Kotler, 2002). Perasaan puas yang dirasakan oleh konsumen secara tidak langsung berdampak pada tujuan dari pusat perbelanjaan. Jika konsumen merasa puas dengan pusat perbelanjaan tersebut, maka pengunjung akan intensitas untuk melakukan kunjungan kembali pada pusat perbelanjaan tersebut. Jika konsumen merasa tidak merasa puas, maka konsumen tersebut akan memilih untuk pusat perbelanjaan lainnya yang dianggap dapat memenuhi tingkat ekspektasi konsumen terhadap pusat perbelanjaan tersebut (Khairani, 2009). Ismail (2016) mengungkapkan terdapat 6 dimensi yang mempengaruhi kepuasan yaitu konsumen pada sebuah pusat perbelanjaan. Keenam dimensi tersebut adalah kenyamanan, keragaman tenant, mall essence, hiburan, kemudahan, dan kemewahan.

Kota Kasablanka Mall adalah pusat perbelanjaan yang populer di Jakarta Selatan. Kota Kasablanka Mall atau yang akrab disebut dengan kokas merupakan proyek properti yang berkualitas dan inovatif yang dibangun oleh developer pertama di Indonesia yaitu Pakuwon Group. Banyaknya pusat perbelanjaan pada lokasi yang sama pada Kota Kasablanka Mall menyebabkan terjadinya masalah baru yang dialami oleh Kota Kasablanka Mall. Pada tahun 2019, Kota Kasablanka Mall mengalami penurunan persentase pendapatan dan meningkatnya jumlah data keluhan. Kenaikan jumlah keluhan ini disebabkan oleh menurunnya kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall yang disebabkan oleh disebabkan oleh dua faktor yaitu menurunnya kenyamanan konsumen ketika berada pada Kota Kasablanka Mall dan tenant pengisi memberikan pelayanan yang buruk konsumen. Hal itu dilihat dari penyebab data keluhan Kota Kasablanka Mall dan didukung oleh *google review* dari Kota Kasablanka Mall Jakarta.

Dari permasalahan-permasalahan diatas, maka perusahaan perlu untuk mengetahui mengenai pengaruh dari kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen, dengan rumusan masalah diantaranya yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan pusat perbelanjaan terhadap kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan dan tenant terhadap kepuasan konsumen pada pusat perbelanjaan Kota Kasablanka Mall Jakarta?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan pusat perbelanjaan terhadap kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan dan tenant terhadap kepuasan konsumen pada pusat perbelanjaan Kota Kasablanka Mall Jakarta

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) perilaku konsumen merupakan keterlibatan kegiatan secara langsung untuk memperoleh, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) ada beberapa hal yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya pengaruh lingkungan, faktor perbedaan dan pengaruh individual, motivasi konsumen, sikap konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2017) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang maupun kecewa yang dirasakan konsumen setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan. Kotler dan Keller (2017) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen memiliki indikator yaitu perbandingan kinerja dengan harapan terhadap kenyamanan pusat perbelanjaan, perbandingan kinerja dengan harapan terhadap kualitas tenant pada pusat perbelanjaan, konsumen bersedia untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa pada pusat perbelanjaan, konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman, keluarga, kerabat, dan orang lain.

Kenyamanan Pusat Perbelanjaan

Menurut Ismail (2006) kenyamanan pusat perbelanjaan merupakan situasi respon keadaan yang dirasakan oleh konsumen ketika berada pada suatu tempat. Ismail (2006) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen memiliki indikator yaitu tingkat keamanan dalam pusat perbelanjaan, ketersediaan lahan parkir, ketersediaan produk dan kebutuhan keluarga, kelengkapan produk dan kebutuhan keluarga, kenyamanan lingkungan selama berbelanja, dimensi ruang pusat perbelanjaan yang cukup lebar, tingkat kebersihan pusat perbelanjaan, dan desain interior yang menarik

Tenant Pengisi

Menurut Chebat (2009) tenant merupakan penyewa atau pihak yang menggunakan bagaian took didalam pusat perbelanjaan dengan tujuan komersial. Chebat (2009) mengemukakan bahwa tenant pengisi memiliki indikator yaitu tenant memiliki keberagaman produk yang banyak, tenant memiliki kredibilitas yang tinggi, produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi, dan tenant menyajikan pelayanan yang baik.

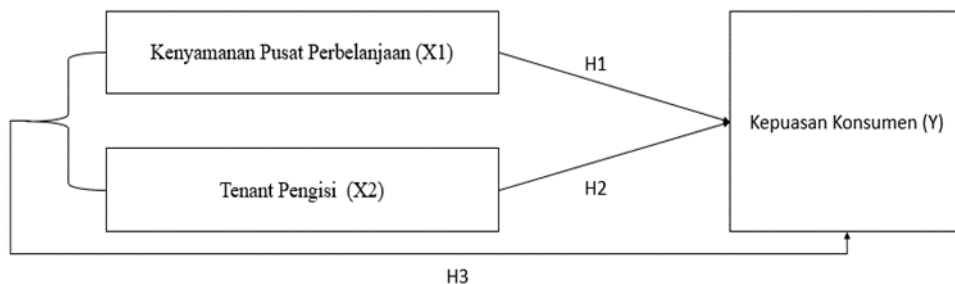
Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap adanya rumusan masalah (Sugiyono, 2014). Untuk melanjutkan analisis permasalahan yang telah ditentukan dan dikemukakan, perlu terlebih dahulu merumuskan hipotesis untuk kemudian diuji penelitian ini adalah:

H1 :Kenyamanan pusat perbelanjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

H2 :Tenant pengisi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen

H3 :Kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen



Gambar 1. Model Hipotesis Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara kenyamanan pusat perbelanjaan (X_1) dan tenant pengisi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini yakni konsumen Kota Kasablanka Mall Jakarta yang berusia diatas 18 tahun. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yakni *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknis analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t dan uji F menggunakan SPSS 25.00 for windows.

Hasil

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Koefisien Variabel Kenyamanan Pusat Perbelanjaan terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.736 ^a	.542	.537	1.06131	

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan pada Tabel 1 diperoleh nilai koefisien (R) sebesar 0,736. Nilai koefisien (R) tersebut terletak pada interval 0,60 – 0,799, dengan demikian maka tingkat pengaruh antara variabel kenyamanan pusat perbelanjaan terhadap kepuasan konsumen adalah kuat.

Selanjutnya berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil koefisien determinasi kenyamanan pusat perbelanjaan terhadap kepuasan konsumen sebesar 54,2% atau bisa diinterpretasikan bahwa sebesar 54,2% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi kenyamanan pusat perbelanjaan. Sisanya sebesar 45,8% dijelaskan oleh faktor lain selain kenyamanan pusat perbelanjaan.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Koefisien Variabel Tenant Pengisi terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.592	.99680

a. Predictors: (Constant), Tenant Pengisi'

Berdasarkan pada Tabel 2 diperoleh nilai koefisien (R) sebesar 0,772. Nilai koefisien (R) tersebut terletak pada interval 0,60 – 0,799, dengan demikian maka tingkat pengaruh antara variabel tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen adalah kuat.

Selanjutnya berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil koefisien determinasi tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 59,6% atau bisa diinterpretasikan bahwa sebesar 59,6% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi tenant pengisi. Sisanya sebesar 40,4% dijelaskan oleh faktor lain selain tenant pengisi

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Koefisien Variabel Kenyamanan Pusat Perbelanjaan dan Tenant Pengisi terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 ^a	0.628	0.621	0.961

a. Predictors: (Constant), Tenant Pengisi , Kenyamanan

Berdasarkan pada Tabel 3 diperoleh nilai koefisien (R) sebesar 0,793. Nilai koefisien (R) tersebut terletak pada interval 0,60 – 0,799, dengan demikian maka tingkat pengaruh antara variabel kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen adalah kuat.

Selanjutnya berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil koefisien determinasi kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 54,2% atau bisa diinterpretasikan bahwa adalah sebesar 62,8% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi. Sisanya sebesar 45,8% dijelaskan oleh faktor lain selain kenyamanan pusat perbelanjaan.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kenyamanan Pusat Perbelanjaan terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.513	0.957		6.807	0.000
	Kenyamanan Pusat Perbelanjaan	0.295	0.028	0.726	10.464	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada Tabel 4 terlihat bahwa koefisien yang diperoleh adalah sebesar 0,295 dan nilai konstantanya adalah 6.513. Koefisien regresi untuk variabel kenyamanan pusat perbelanjaan sebesar 0,295 menyatakan bahwa variabel kenyamanan pusat perbelanjaan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 0,295. Hal ini mengartikan bahwa apabila variabel kenyamanan pusat perbelanjaan dinaikkan satu satuan, maka yang terjadi adalah variabel kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,295. Selanjutnya berkaitan dengan uji t yang bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh antar kedua variabel, maka diketahui

t hitung (10.464) > t tabel (1,660) sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti kenyamanan pusat perbelanjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Tenant Pengisi terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.074	0.870		6.981	0.000
Tenant Pengisi	0.605	0.050	0.772	12.016	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada Tabel 5 terlihat bahwa koefisien yang diperoleh adalah sebesar 0,605 dan nilai konstantanya adalah 6.074. Koefisien regresi untuk variabel tenant pengisi sebesar 0,605 menyatakan bahwa variabel kenyamanan pusat perbelanjaan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 0,605. Hal ini mengartikan bahwa apabila variabel tenant pengisi dinaikkan satu satuan, maka yang terjadi adalah variabel kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,605. Selanjutnya berkaitan dengan uji t yang bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh antar kedua variabel, maka diketahui t hitung (12.016) > t tabel (1,660) sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti tenant pengisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel Tenant Pengisi terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.197	0.891		5.833	0.000
X1_Kenyamanan	0.123	0.042	0.302	2.913	0.004
X2_Tenant Pengisi	0.415	0.081	0.530	5.121	0.000

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada Tabel 6 terlihat bahwa koefisien regresi variabel kenyamanan pusat perbelanjaan adalah sebesar 0,123 dan koefisien regresi variabel tenant pengisi adalah sebesar 0.415 dan nilai konstantanya adalah 5.197. Hal ini mengartikan bahwa kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun diketahui bahwa kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi memiliki pengaruh yang searah.

Tabel 7. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.296	2	75.648	81.948	.000 ^b
	Residual	89.544	97	0.923		
	Total	240.840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Tenant Pengisi, Kenyamanan Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan hasil tersebut dan melihat pada Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa F hitung $>$ F tabel yaitu $81,948 > 3,09$, sehingga hipotesis ketiga “Terdapat pengaruh antara kenyamanan pusat perbelanjaan (X_1) dan tenant pengisi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kota Kasablanka Mall” diterima

Pembahasan

Kenyamanan merupakan elemen penting yang dituntut oleh konsumen pada sebuah pusat perbelanjaan. Kemampuan pusat perbelanjaan dalam menyediakan kesan nyaman pada konsumen ketika berada pada pusat perbelanjaan akan meningkatkan kepuasan konsumen di masa sekarang dan masa depan. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel kenyamanan pusat perbelanjaan sebesar 53,2% dan koefisien regresi variabel kenyamanan pusat perbelanjaan sebesar 0,736. Hal ini menunjukkan semakin nyaman sebuah pusat perbelanjaan maka akan semakin puas juga konsumen. Maka Kota Kasablanka Mall perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan kenyamanan pusat perbelanjaan agar konsumen tetap merasa puas pada Kota Kasablanka Mall. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS mengenai Uji t diperoleh hasil $10,464 > 1,660$ yaitu t hitung $>$ t tabel sehingga dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kenyamanan pusat perbelanjaan terhadap kepuasan konsumen. Arah dari kedua variabel memiliki nilai positif dengan artian bahwa semakin baik kenyamanan pusat perbelanjaan dapat menyebabkan meningkatnya kepuasan konsumen Kota Kasablanka Mall. Maka hipotesis pertama yaitu “kenyamanan pusat perbelanjaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” diterima. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Perez Januar Soewito (2017) yang menyatakan bahwa kenyamanan pusat perbelanjaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pusat perbelanjaan di kawasan sentra primer barat. Hal ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Adly & Eit (2015) dan Chebat (2009) yakni kenyamanan pusat perbelanjaan dapat didefinisikan sebagai utilitas yang berasal dari kemampuan penyedia pusat perbelanjaan untuk menyediakan kesan nyaman dalam berbelanja kepada konsumen. Oleh karena itu maka semakin tinggi kepuasan konsumen maka semakin tinggi pula utilitasnya, maka kenyamanan merupakan pendorong kepuasan konsumen.

Kehadiran penyewa merupakan poin penting dari pusat perbelanjaan dikarenakan tenant merupakan pihak yang secara langsung berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan merupakan elemen utama keberadaan pusat perbelanjaan (Ahmad, 2012). Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel kenyamanan pusat perbelanjaan sebesar 59,6% dan koefisien regresi variabel kenyamanan pusat perbelanjaan sebesar 0,772. Hal ini menunjukkan semakin baik tenant pengisi pada sebuah pusat perbelanjaan maka akan semakin puas juga konsumen. Maka Kota Kasablanka Mall perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas tenant pengisi agar konsumen tetap merasa puas pada Kota Kasablanka Mall. Pada penelitian ini variabel tenant pengisi merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan konsumen. Hal ini

berdasarkan perhitungan analisis SPSS mengenai Uji T variabel tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil $12,016 > 1,660$ yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ sehingga dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibandingkan dengan hasil uji t pengaruh antara variabel kenyamanan pusat perbelanjaan terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil $10,464 > 1,660$. Arah dari kedua variabel memiliki nilai positif dengan artian bahwa semakin baik tenant pengisi dapat menyebabkan meningkatnya kepuasan konsumen Kota Kasablanka Mall. Begitu pula sebaliknya, jika semakin buruk tenant pengisi maka semakin menurun pula kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall. Maka hipotesis pertama yaitu “tenant pengisi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” diterima. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizath Widodo Selan (2020) yang menyatakan bahwa tenant berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lippo Plaza Jogja. Hal ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Adly & Eid (2015) Jika pada pusat perbelanjaan terdapat tenant yang beragam maka kemungkinan besar kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen dapat tersedia dalam satu tempat yang dikunjungi maka kehadiran tenant yang ada pada pusat perbelanjaan secara langsung dapat menarik dan memuaskan konsumen.

Dari kedua variabel pada penelitian ini yaitu kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kota Kasablanka Mall. Hal ini mengartikan semakin nyaman pusat perbelanjaan dan semakin baik tenant pengisi maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Kota Kasablanka Mall. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS nilai koefisien determinasi variabel kenyamanan pusat perbelanjaan sebesar 0,123 dan variabel tenant pengisi sebesar 0,415. Sedangkan nilai konstanta sebesar 5,197 menyatakan bahwa variabel kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen konstan. Berdasarkan perhitungan analisis SPSS mengenai Uji F diperoleh hasil $81,947 > 3,09$ yaitu $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ sehingga dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi terhadap kepuasan konsumen. Maka hipotesis ketiga yaitu “kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen” diterima. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Soewito (2017) yang menyatakan bahwa kenyamanan pusat perbelanjaan dan tenant pengisi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kawasan Sentra Primer Barat.

Kesimpulan

1. Variabel kenyamanan pusat perbelanjaan (X_1) juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kota Kasablanka Mall Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $10,464 > 1,660$. Kenyamanan pusat perbelanjaan berada pada kategori sangat baik. Namun masih terdapat beberapa indikator yang mendapat nilai dibawah rata-rata skor variabel yaitu kelengkapan produk untuk kebutuhan keluarga, ketersediaan produk untuk kebutuhan keluarga, dan ketersediaan lahan parkir.
2. Variabel tenant pengisi (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Kota Kasablanka Mall Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $12,016 > 1,660$. Tenant Pengisi berada pada kategori sangat baik. Namun masih terdapat indikator yang mendapat nilai dibawah rata-rata skor variabel yaitu kredibilitas tenant.
3. Variabel kenyamanan pusat perbelanjaan (X_1) dan tenant pengisi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ yaitu $81,948 > 3,09$. Kepuasan Konsumen berada pada kategori sangat puas. Namun masih terdapat indikator yang dibawah

rata-rata skor variabel yaitu mengenai harapan atau ekspektasi mengenai kenyamanan pusat perbelanjaan saat berbelanja pada Kota Kota Kasablanka Mall dan harapan atau ekspektasi mengenai tenant pengisi saat berbelanja pada Kota Kasablanka Mall.

Saran

1. Manajemen Kota Kasablanka Mall perlu untuk memastikan bahwa tenant pengisi yang ada memiliki manajemen persediaan yang baik, hal ini meliputi mengatur tingkat stok minimum produk, melakukan audit inventaris secara teratur, mengetahui permintaan pasar untuk produk yang dijual dan selalu update mengenai kebutuhan konsumen.
2. Manajemen Kota Kasablanka Mall perlu untuk membuat kebijakan sistem satu pintu masuk dan beberapa pintu keluar, kebijakan ini dilakukan untuk memantau jumlah kendaraan yang ingin masuk ke dalam mall dan mengatur keluar kendaraan dengan cepat agar pertukaran kendaraan di dalam gedung parkir dapat dilakukan secara cepat.
3. Manajemen bekerja sama dengan penyedia parking sytem online sehingga konsumen dapat mengetahui jumlah ketersediaan parkir yang ada pada Kota Kasablanka Mall
4. manajemen Kota Kasablanka Mall perlu untuk menghadirkan lebih banyak lagi tenant-tenant yang sudah dikenal dikalangan masyarakat terutama pada tenant – tenant *food and beverage*

Daftar Referensi

- Astono, C. (2014). The Effect of Shopping Mall's Attributes Toward Customer Satisfaction of ABC Mall. *iBuss Management*, 2(2).
- Dawson, J. A. (1983). *Shopping Centre Development*. Newyork: Longman.
- Ibrahim, M. & Wee, C (2002). The Importance of Entertainment in the Shopping Centre Experience. International Council of Shopping Center. *Journal of Real Estate Portfolio Management*.
- Ismail, M. (2007). *Shopping Mall Attractiveness: a segmentation approach*. United Emirat Arab: Arab Emirates University.
- Kusumowidagdo, A. (2011). Shoppers' Perception on Physical Condition of Shopping Centers' Atmosphere at Different Lifecycle. *International Research Journal of Business Studies*, 5(2).
- Makgopa, S. (2016). Determining Consumers' Reasons for Visiting Shopping Malls. *Innovative Marketing*, 12(2), 22-27.
- Neo, Keng, L. W., & Tong, K. W. (2005). *The 4RS of Asian Shopping Centre Management*. Gramedia.
- Nugraha, Cahya, & Sukresna. (2018). Analisis Pengaruh Atribut Mall terhadap Kepuasan Konsumen dengan Pengalaman Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Setos Mall Semarang). *E-Prints Undip*.
- Soewito, P. J. (2017). Pengaruh Atribut Pusat Perbelanjaan terhadap Kepuasan Pengunjung di Kawasan Sentra Primer Barat. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran, dan Ilmu Kesehatan*, 1, 29-38.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Jakarta: PT Buku Seru.

- Widodo Selan, Rizath (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Tenant, dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen di Lippo Plaza Jogja: *E-Prints UKDW*
- Wong, C., Cheong, H., Wong, K., & Wong, M. (2012). The Relationship between Shopping Mall Atributs and Customer Satisfaction. *Global Journal of Management And Business Reasearch, 2*.
- Wong, C., Wong, K., Wong, M., & Cheong, H. (2012). The Relationship between Shopping Mall Attributes, Customer Satisfaction and Positive Word Of Mouth: China Visitors in Hong Kong. *Global Journal of Management and Business Research*.
- Zakaria, I., Rahman, B. A., Othman, A. K., Azlina, N., Yunus, M., & Dzulkipli, M. R. (2014). The Relationship Between Loyalty Program, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Retail Industry: A Case Study. *Journal of Social and Behavioral Sciences, 129, 23-30*.