

POSITIONING MALL

(Studi Deskriptif Positioning Malioboro *Mall*, Galeria *Mall*, Plaza Ambarukmo, Jogja City *Mall*, Lippo Plaza Jogja dan Hartono *Lifestyle Mall* Berdasarkan Persepsi Pengunjung *Mall* diYogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Sosial (S.I.Kom)

Disusun oleh :

MEYEVLIN PANGGULU

15 09 05795/KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

POSITIONING MALL

(Studi Deskriptif *Positioning* Malioboro Mall, Galeria Mall, Plaza Ambarukmo, Jogja City Mall, Lippo Plaza Jogja dan Hartono Mall Berdasarkan Persepsi Pengunjung Mall di Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

MEYEVLIN PANGGULU

NPM: 15 090 5795 / Kom

disetujui oleh:



Ign. Agus Putraho, M. Si

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *POSITIONING MALL*
(Studi Deskriptif *Positioning Malioboro Mall, Galeria Mall, Plaza Ambarrukmo, Jogja City Mall, Lippo Plaza Jogja, dan Hartono Mall Berdasarkan Persepsi Pengunjung Mall di Yogyakarta*)

Penyusun : Meyevlin Panggulu

NIM : 15 090 5795

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Rabu, 4 September 2019

Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr.MC.Ninik Sri Rejeki, M. Si

Penguji Utama

Ign.Agus Putranto, M. Si

Penguji I

Rebekka Rismayanti, M.A

Penguji II



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Meyevlin Panggulu

NPM : 150905795

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : *Positioning Mall* (Studi Deskriptif *Positioning Malioboro Mall, Galeria Mall, Plaza Ambarrukmo, Jogja City Mall, Lippo Plaza Jogja dan Hartono Mall Berdasarkan Persepsi Pengunjung Mall di Yogyakarta*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 26 Agustus 2019

Saya yang menyatakan



Meyevlin Panggulu

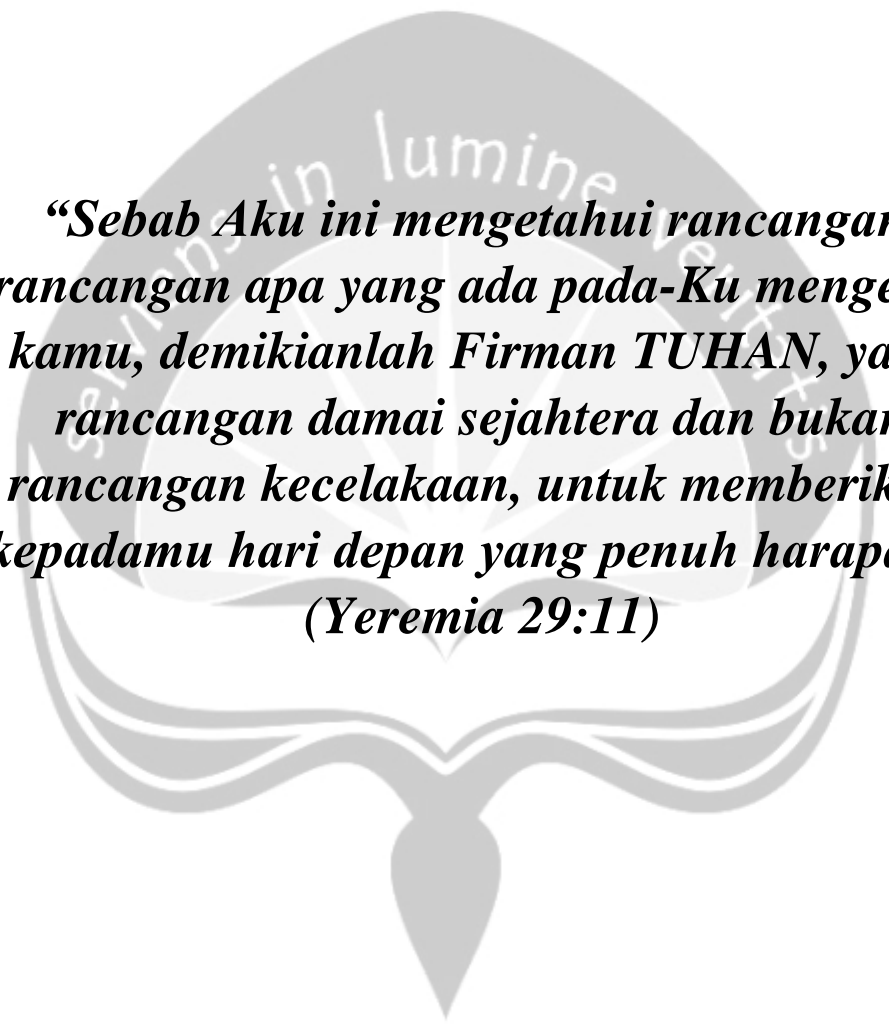
ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas perbandingan *positioning mall* di Yogyakarta, yaitu Malioboro Mall, Galeria Mall, Plaza Ambarrukmo, Jogja City Mall, Lippo Plaza Jogja, dan Hartono Mall berdasarkan persepsi pengunjung mall di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan *positioning mall* di Yogyakarta. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih berupa evaluasi bagi para pengelola mall di Yogyakarta agar bisa menentukan strategi *positioning* yang tepat kedepannya agar dapat meningkatkan persepsi positif di dalam benak pengunjungnya.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei. Penulis menggunakan kuesioner yang terdiri dari tujuh atribut mall. Peneliti menyebarkan kuesioner tersebut ke 100 responden, yaitu pengunjung mall yang telah mengunjungi keenam mall tersebut. Analisis data menggunakan analisis persentase, analisis *Arithmetic Mean*, dan analisis *Perceptual Mapping*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Plaza Ambarrukmo merupakan mall di Yogyakarta yang memiliki keunggulan paling banyak dibandingkan dengan kelima mall lainnya. Namun, di dalam benak pengunjung berdasarkan persepsinya, Plaza Ambarrukmo juga cukup bersaing ketat dengan Hartono Mall dan Jogja City Mall. Sedangkan untuk Lippo Plaza Jogja, Galeria Mall dan Malioboro Mall merupakan mall yang bisa dikatakan masih perlu meningkatkan keunggulannya agar lebih diingat oleh pengunjung di dalam benaknya. Apabila dapat dikategorikan maka, di dalam penelitian ini Plaza Ambarrukmo, Hartono Mall dan Jogja City Mall merupakan tiga besar mall yang lebih unggul dibandingkan Lippo Plaza Jogja, Galeria Mall dan Malioboro Mall berdasarkan persepsi pengunjung mall di Yogyakarta.

Kata Kunci : Mall, Yogyakarta, Persepsi, *Positioning*, *Perceptual Mapping*



“Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah Firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.”
(Yeremia 29:11)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat tuntunan-Nya karya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Bukan suatu hal yang mudah untuk mencapai titik ini, namun berkat dukungan dari keluarga, sahabat, kerabat, bahkan dosen-dosen yang saya cintai, dan orang-orang terkasih akhirnya saya dapat berada pada titik ini. Maka, lembaran ini kupersembahkan untuk tangan kanan Tuhan yang sudah dan selalu ada untukku:

1. Tuhan Yesus sang juruselamat hidupku, Tuhan yang selalu mau mendengar segala keluh kesahku dalam kehidupanku ini khususnya dalam penulisan skripsi ini. Tuhan Yang selalu mencurahkan Roh Kudus bagiku agar bisa menentukan keputusan terbaik untuk hidup ini. Aku sangat bersyukur atas karya Tuhan yang selalu nyata atas kehidupanku.
2. Terimakasih juga kuucapkan untuk Papa dan Mama yang tiada henti-hentinya berdoa untuk anak bungsu mereka yang terlalu sering mengeluh dan menangis pada mereka. Akhirnya anak bungsu Papa dan Mama ini bisa lulus kuliah dan dalam nama Yesus jadi sarjana yang membanggakan orang tua terlebih Tuhan Yesus. Pokoknya akan ku ingat selalu pesan Papa dan Mama yang selau berpesan untuk selalu melakukan segala sesuatu untuk kemuliaan Tuhan dan itulah yang menjadi kekuatan hidup aku.
3. Kakak-kakak ku tersayang Icani, Apini, Uani, dan sekarang ketambah satu lagi Sister Sheryl, terimakasih banyak untuk segala dukungan yang terus diberikan ke aku selama masa perkuliahan ini. Terimakasih untuk segala dukungan materiil :D, dukungan doa dan candaan receh kalian yang selalu

menghibur aku dikala aku sedang bingung. Terimakasih juga sudah mau mendengar keluh kesahku selama masa perkuliahan ini. I LOVE YOU GUYS A LOT!

4. Terimakasih juga untuk keponakan satu-satunya yang paling disayang, Jeremia Nathanael (Jeje). Sayangnya Mama Me yang selalu memberikan cerita-cerita lucunya di masa pubertasnya ini dan ternyata itu memberikan semangat untuk Meme menyelesaikan skripsi. Terimakasih Jeje ompong untuk hiburan dan doa-doanya <3.
5. Dosen pembimbing yang saya hormati dan cintai, Bapak Ign. Agus Putranto, M.Si. Terimakasih banyak Pak, sudah mau memberikan saran terbaik untuk penelitian saya dari awal sehingga akhirnya saya dapat memutuskan topik ini untuk bisa akhirnya saya angkat untuk diteliti. Terimakasih juga untuk semua kelancaran yang diberikan, waktu untuk bimbingan dan segala sesuatu yang memotivasi saya untuk bisa lulus. Terimakasih banyak Pak Agus!
6. Kepada semua dosen terbaik di FISIP UAJY, terimakasih sudah membimbing dan mengajar saya selama di masa perkuliahan. Terimakasih untuk segala ilmu yang telah dibagikan, semoga kelak bisa saya pergunakan untuk masa depan Indonesia yang lebih baik dan bisa berguna bagi orang banyak.
7. Terimakasih juga saya ucapkan untuk tim yang ada di Tata Usaha FISIP UAJY yang sudah dengan sabar dan ramah mau membantu kami untuk

bisa memenuhi syarat-syarat kelulusan kami. Salam kompak dan ramah ya Bapak dan Ibu di TU!

8. Terimakasih aku ucapkan juga untuk teman-teman seperjuangan selama aku kuliah di FISIP UAJY ini. Terimakasih untuk GENG KONCO KENTEL aku (Diajeng Ayu Putri Sukandi Arum Buwana, Tieni Feranica kairupan, dan Deborah Siagian) yang telah menemani aku selama masa perkuliahan dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini. Selalu dan pasti akan kurindukan masa-masa kita berkumpul, kasih kejutan tiap ada diantara kita yang ulang tahun dan japok bareng. I LOVE YOU GUYS TO THE MOON! God bless us! Sayang kalian selalu!!!
9. Terimakasih juga untuk Deborah Siagian a.k.a Beruang yang selalu setia menjadi teman makanku, teman curhatku, teman main dan teman apa ajalah. Dan terimakasih juga sudah mau boncengin dan anterin aku ke *mall-mall* di Jogja ini dengan motor Yaya siang-siang dan panas-panasan. Makasih ya Beruang selalu ada untuk aku yang tak bisa bawa motor ini. Love You, Beruang!
10. Terimakasih juga untuk Djoni Halim (Dijeh) yang selalu memberikan ku semangat dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih sudah menemani begadang ngerjain di Eternity dan sudah ngebantu untuk memberikan solusi dikala aku bingung untuk mengoperasikan word dan excel, aku tidak tahu lagi kalo tidak ada kau. Pokoknya terimakasih banyak ya Dijeh!

11. Untuk Eudina Dwihatmanti yang tidak pernah absen buat menghubungi aku setiap hari hanya untuk memastikan aku sudah bangun atau belum lalu pergi untuk makan siang. Terimakasih untuk segala dukungannya ya Biks selama aku menyelesaikan skripsi aku ini. Terimakasih juga untuk selalu menjadikan rumah kau sebagai basecamp buat kita masak-masak, ngumpul-ngumpul dan ngobrol-ngobrol yang selalu akan aku ingat selama hidup. Love you Biks!
12. Untuk Stephanie Rani (Steph) yang selalu menghibur aku dengan gelegar suara kau, aku ucapkan terimakasih. Terimakasih udah mau mendengar curhatan aku tentang skripsi dan kehidupan aku. Semoga kita menemukan kebahagiaan di dalam hidup ini ya sheyenk sobat makan dagingku hahaha. Selalu menjadi Steph yang membahagiakan bagi setiap orang ya. Aku sayang kamu, My Cute Girl!
13. Terimakasih juga untuk Monaldo Purba dan Christien Margareth Rajagukguk yang sudah dengan setia mengajari aku SPSS pada masa itu. Gak ngerti lagi skripsiku kalo kalian gak ada. Terimakasih juga sudah setia menemani ku untuk ngerjain skripsi di Mekdi hehehe. Terimakasih ya guys untuk dukungan dan doa-doa kalian sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi aku dengan baik. Selalu menjadi teman aku untuk bertukar pikiran. See you on top guys!
14. Terimakasih juga untuk Fitri Utamingtyas Naibaho a.k.a Tami yang selalu mendorong aku untuk segera bisa menyelesaikan skripsi ini. Nanti

kita pesta roti bakar casablanca lagi ya! Aku yang traktir kali ini. See you on top Tamsqiuuu!

15. Terimakasih untuk Manis Manja Group (Christina Titi, Djoni Halim, Alex Jefri, Willyam Surya Wijaya, Ivan Setiawan, Satrio Junasto, dan Anida Indrawati) yang sudah memberikanku motivasi untuk segera lulus (karena kalian udah pada lulus semua hahaha). Terimakasih untuk segala doa dan dukungan yang sudah diberikan sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
16. Terimakasih juga kuucapkan untuk tempat makan kebanggaan kita, yaitu Mba Sum. Terimakasih sudah menjadikan tempat makan mba sum sebagai tempat nongkrong buat aku dan teman-teman sehabis makan siang hahaha. Semoga pas ditinggal, Mba Sum gak kesepian dan warung makan Mba Sum selalu laku ya Mba Sum. Sayang Mba Sum.
17. Terimakasih juga kepada sobat-sobat yang berada di dalam organisasi selama aku menjalani perkuliahan ini. Teman-teman satu organisasi yang telah mengajarkanku apa itu bekerja sama dan pentingnya untuk menambah relasi dan pastinya teman baru, yaitu teman-teman dan adik-adik yang tergabung dalam PMK On Fire, Atma Jaya *Broadcasting Network* (ABN), dan Atma Jaya Radio (AJR). Terimakasih untuk segala pengalamannya.
18. Dan kepada semua sahabat, teman-teman, dan kepada seluruh pihak yang sudah membantu dan berperan selama masa perkuliahan penulis, penulis

ucapkan terimakasih banyak dan kiranya kita dapat meraih cita-cita dan harap kita hanya di dalam perkenanan Tuhan saja.

Penyusun,
Meyevlin Panggulu



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAKSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR DIAGRAM.....	xxiv
DAFTAR BAGAN	xxv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kerangka Teori.....	12
F. Kerangka Konsep.....	34
G. Definisi Operasional.....	43
H. Metodologi Penelitian	47
1. Jenis Penelitian.....	47
2. Metode Penelitian.....	47
3. Populasi dan Sampel	48
4. Teknik Pengumpulan Data.....	51
5. Validitas	51
6. Reliabilitas	52
7. Teknik Analisis Data.....	53

BAB II DESKRIPSI WILAYAH OBJEK PENELITIAN.....	57
A. Malioboro Mall	57
B. Galeria Mall	60
C. Plaza Ambarrukmo.....	64
D. Jogja City Mall.....	67
E. Lippo Plaza Jogja	70
F. Hartono Mall	73
 BAB III PEMBAHASAN	 76
A. Uji Validitas	76
B. Uji Reliabilitas	80
C. Distribusi Frekuensi	82
1. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	82
2. Distribusi Frekuensi Usia	83
3. Distribusi Jenis Pekerjaan	84
4. Distribusi Frekuensi Persepsi Pengunjung	85
D. <i>Perceptual Mapping Mall</i>	128
1. Analisis <i>Arithmetic Mean</i>	129
2. Analisis Posisi Produk Tiap Atribut.....	163
3. Analisis Posisi <i>Mall</i> Secara Parsial	201
E. Pembahasan.....	243
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	 265
A. Kesimpulan	265
B. Saran.....	267
 DAFTAR PUSTAKA	 269
 LAMPIRAN	 276

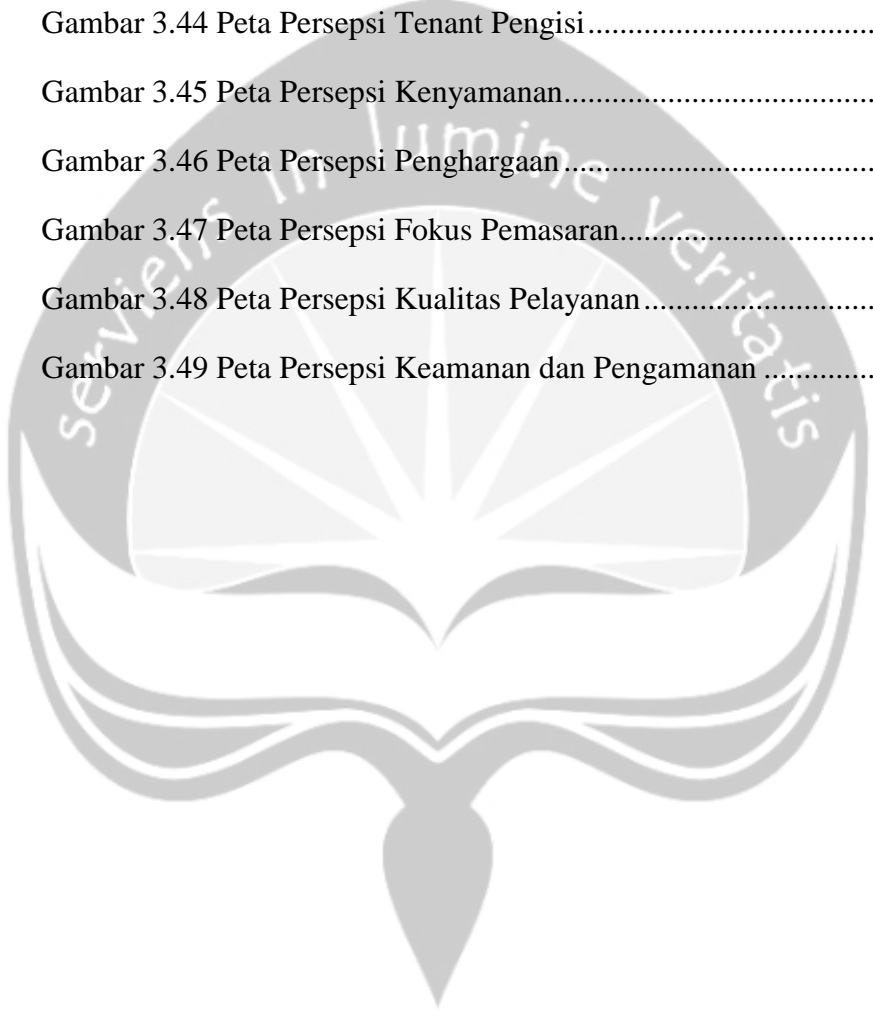
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 List Event Malioboro Mall.....	58
Gambar 2.2 Promo Malioboro Mall.....	59
Gambar 2.3 Logo Malioboro Mall.....	59
Gambar 2.4 Event Galeria Mall	62
Gambar 2.5 Logo Galeria Mall	62
Gambar 2.6 Event Plaza Ambarrukmo	65
Gambar 2.7 Promo Plaza Ambarrukmo	66
Gambar 2.8 Logo Plaza Ambarrukmo	66
Gambar 2.9 List Event Jogja City Mall	68
Gambar 2.10 Promo Jogja City Mall	69
Gambar 2.11 Logo Jogja City Mall.....	69
Gambar 2.12 Seven Sky	70
Gambar 2.13 Event Lippo Plaza Jogja.....	71
Gambar 2.14 Promo Lippo Plaza Jogja	71
Gambar 2.15 Logo Lippo Plaza Jogja.....	72
Gambar 2.16 Event Hartono Mall.....	74
Gambar 2.17 Logo Hartono Mall.....	74
Gambar 3.1 Diagram Posisi Persepsi Lingkungan Mall Malioboro Mall	202
Gambar 3.2 Diagram Posisi Persepsi Tenant Pengisi Malioboro Mall.....	203
Gambar 3.3 Diagram Posisi Persepsi Kenyamanan Malioboro Mall	204
Gambar 3.4 Diagram Posisi Persepsi Penghargaan Malioboro Mall.....	205
Gambar 3.5 Diagram Posisi Persepsi Fokus Pemasaran Malioboro Mall	206

Gambar 3.6 Diagram Posisi Persepsi Kualitas Pelayanan Malioboro Mall	207
Gambar 3.7 Diagram Posisi Persepsi Keamanan dan Pengamanan Malioboro Mall	208
Gambar 3.8 Diagram Posisi Persepsi Lingkungan Mall Galeria Mall.....	209
Gambar 3.9 Diagram Posisi Persepsi Tenant Pengisi Galeria Mall.....	210
Gambar 3.10 Diagram Posisi Persepsi Kenyamanan Galeria Mall	211
Gambar 3.11 Diagram Posisi Persepsi Pengharaan Galeria Mall	212
Gambar 3.12 Diagram Posisi Persepsi Fokus Pemasaran Galeria Mall ...	213
Gambar 3.13 Diagram Posisi Persepsi Kualitas Pelayanan Galeria Mall	214
Gambar 3.14 Diagram Posisi Keamanan dan Pengamanan Galeria Mall	215
Gambar 3.15 Diagram Posisi Persepsi Lingkungan Mall Plaza Ambarrukmo	216
Gambar 3.16 Diagram Posisi Persepsi Tenant Pengisi Plaza Ambarrukmo	217
Gambar 3.17 Diagram Posisi Persepsi Kenyamanan Plaza Ambarrukmo	218
Gambar 3.18 Diagram Posisi Persepsi Penghargaan Plaza Ambarrukmo	219
Gambar 3.19 Diagram Posisi Persepsi Fokus Pemasaran Plaza Ambarrukmo	220
Gambar 3.20 Diagram Posisi Persepsi Kualitas Pelayanan Plaza Ambarrukmo	221
Gambar 3.21 Diagram Posisi Persepsi Keamanan dan Pengamanan Plaza Ambarrukmo.....	222
Gambar 3.22 Diagram Posisi Persepsi Lingkungan Mall Jogja City	

Mall	223
Gambar 3.23 Diagram Posisi Persepsi Tenant Pengisi Jogja City Mall ...	224
Gambar 3.24 Diagram Posisi Persepsi Kenyamanan Jogja City Mall	225
Gambar 3.25 Diagram Posisi Persepsi Penghargaan Jogja City Mall	226
Gambar 3.26 Diagram Posisi Persepsi Fokus Pemasaran Jogja Ciy Mall	227
Gambar 3.27 Diagram Posisi Persepsi Kualitas Pelayanan Jogja City Mall	228
Gambar 3.28 Diagram Posisi Persepsi Keamanan dan Pengamanan Jogja City Mall	229
Gambar 3.29 Diagram Posisi Persepsi Lingkungan Mall Lippo Plaza Jogja	230
Gambar 3.30 Diagram Posisi Persepsi Tenant Pengisi Lippo Plaza Jogja	231
Gambar 3.31 Diagram Posisi Persepsi Kenyamanan Lippo Plaza Jogja ..	232
Gambar 3.32 Diagram Posisi Persepsi Penghargaan Lippo Plaza Jogja...	233
Gambar 3.33 Diagram Posisi Persepsi Fokus Pemasaran Lippo Plaza Jogja	234
Gambar 3.34 Diagram Posisi Persepsi Kualitas Pelayanan Lippo Plaza Jogja	235
Gambar 3.35 Diagram Posisi Persepsi Keamanan dan Pengamanan Lippo Plaza Jogja	236
Gambar 3.36 Diagram Posisi Persepsi Lingkungan Mall Hartono Mall ..	237
Gambar 3.37 Diagram Posisi Persepsi Tenant Pengisi Hartono Mall	238
Gambar 3.38 Diagram Posisi Persepsi Kenyamanan Hartono Mall	239
Gambar 3.39 Diagram Posisi Persepsi Penghargaan Hartono Mall.....	240
Gambar 3.40 Diagram Posisi Persepsi Fokus Pemasaran Hartono Mall ..	241

Gambar 3.41 Diagram Posisi Persepsi Kualitas Pelayanan Hartono Mall	242
Gambar 3.42 Diagram Posisi Persepsi Keamanan dan Pengamanan Hartono Mall	243
Gambar 3.43 Peta Persepsi Lingkungan Mall.....	247
Gambar 3.44 Peta Persepsi Tenant Pengisi.....	248
Gambar 3.45 Peta Persepsi Kenyamanan.....	249
Gambar 3.46 Peta Persepsi Penghargaan.....	251
Gambar 3.47 Peta Persepsi Fokus Pemasaran.....	252
Gambar 3.48 Peta Persepsi Kualitas Pelayanan.....	253
Gambar 3.49 Peta Persepsi Keamanan dan Pengamanan	254



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tujuh Atribut Mall	13
Tabel 1.2 Tujuh Atribut Positioning Mall.....	38
Tabel 1.3 Definisi Operasional	43
Tabel 3.1 Uji Validitas Persepsi Lingkungan Mall	77
Tabel 3.2 Uji Validitas Persepsi Tenant Pengisi.....	77
Tabel 3.3 Uji Validitas Persepsi Kenyamanan.....	78
Tabel 3.4 Uji Validitas Persepsi Penghargaan	78
Tabel 3.5 Uji Validitas Persepsi Fokus Pemasaran.....	79
Tabel 3.6 Uji Validitas Persepsi Kualitas Pelayanan.....	79
Tabel 3.7 Uji Validitas Persepsi Keamanan dan Pengamanan	79
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	80
Tabel 3.9 Frekuensi Jenis Kelamin	82
Tabel 3.10 Frekuensi Usia.....	83
Tabel 3.11 Data Jenis Pekerjaan	84
Tabel 3.12 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Lingkungan).....	85
Tabel 3.13 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Arsitektural Eksterior).....	86
Tabel 3.14 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Arsitektural Interior)	87
Tabel 3.15 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Pencahayaannya dalam Mall).....	88
Tabel 3.16 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Pencahayaannya Luar Mall)	89
Tabel 3.17 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Suhu di dalam Mall)	90

Tabel 3.18 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Kebersihan Mall).....	92
Tabel 3.19 Distribusi Frekuensi Persepsi Lingkungan Mall (Kerapihan Mall).....	93
Tabel 3.20 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kelengkapan Tenant)	94
Tabel 3.21 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Keberagaman Tenant)	95
Tabel 3.22 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Department Store).....	96
Tabel 3.23 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Area Food & Beverages)	97
Tabel 3.24 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Food Court)	98
Tabel 3.25 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Retail Fashion)	99
Tabel 3.26 Distribusi Frekuensi Tenant Pengisi (Kualitas Supermarket).....	100
Tabel 3.27 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Arena Bermain).....	101
Tabel 3.28 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Perbankan).....	102
Tabel 3.29 Distribusi Frekuensi Persepsi Tenant Pengisi (Kualitas Retail Toko)	104
Tabel 3.30 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Kenyamanan Pengunjung)	105
Tabel 3.31 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Kemudahan Mengunjungi Mall)	106
Tabel 3.32 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Jam Operasional Mall).....	107

Tabel 3.33 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Fasilitas Aksesibilitas).....	108
Tabel 3.34 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Toilet dan Musholla Mall).....	109
Tabel 3.35 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Petunjuk Arah di Mall).....	110
Tabel 3.36 Distribusi Frekuensi Persepsi Kenyamanan (Kemudahan Memarkirkan Kendaraan)	111
Tabel 3.37 Distribusi Frekuensi Persepsi Penghargaan (Penawaran Harga Yang Terjangkau).....	112
Tabel 3.38 Distribusi Frekuensi Persepsi Penghargaan (Penawaran Potongan Harga).....	113
Tabel 3.39 Distribusi Frekuensi Persepsi Penghargaan (Penawaran Voucher Gratis).....	114
Tabel 3.40 Distribusi Frekuensi Persepsi Fokus Pemasaran (Strategi Pemasaran Mall).....	115
Tabel 3.41 Distribusi Frekuensi Persepsi Fokus Pemasaran (Acara Yang Diadakan Tiap Mall).....	116
Tabel 3.42 Distribusi Frekuensi Fokus Pemasaran (Alat Pemasaran Konvensional)	117
Tabel 3.43 Distribusi Frekuensi Fokus Pemasaran (Alat Pemasaran Online).....	118
Tabel 3.44 Distribusi Frekuensi Persepsi Kualitas Pelayanan (Kualitas Pelayanan Mall)	119
Tabel 3.45 Distribusi Frekuensi Persepsi Kualitas Pelayanan (Keramahan Petugas)	120
Tabel 3.46 Distribusi Frekuensi Persepsi Kualitas Pelayanan (Keakuratan Pemberian Informasi)	121
Tabel 3.47 Distribusi Frekuensi Persepsi Sistem Keamanan dan Pengamanan (Sistemn Keamanan dan Pengamanan di Mall).....	122

Tabel 3.48 Distribusi Frekuensi Persepsi Sistem Keamanan dan Pengamanan (Kesigapan Penjaga Keamanan)	123
Tabel 3.49 Distribusi Frekuensi Persepsi Sistem Keamanan dan Pengamanan (Pengamanan Mall Terhadap Aksi Terorisme).....	124
Tabel 3.50 Distribusi Frekuensi Persepsi Sistem Keamanan dan Pengamanan Pengamanan Mall Terhadap Kecelakaan/Bencana)	125
Tabel 3.51 Distribusi Frekuensi Persepsi Sistem Keamanan dan Pengamanan (Pengamanan Mall Terhadap Tindakan Kriminak)	126
Tabel 3.52 Persepsi Responden Pada Lingkungan Mall	130
Tabel 3.53 Persepsi Responden Pada Arsitektural Eksterior Mall	130
Tabel 3.54 Persepsi Responden Pada Arsitektural Interior Mall	131
Tabel 3.55 Persepsi Responden pada Pencahayaan di dalam Mall.....	132
Tabel 3.56 Persepsi Responden Pada Pencahayaan di luar Mall	132
Tabel 3.57 Persepsi Responden Pada Suhu di dalam Mall	133
Tabel 3.58 Persepsi Responden Pada Kebersihan Mall	134
Tabel 3.59 Persepsi Responden Pada Kerapihan Mall.....	134
Tabel 3.60 Persepsi Responden Pada Kelengkapan Tenant Mall	136
Tabel 3.61 Persepsi Responden Pada Keberagaman Tenant Mall	136
Tabel 3.62 Persepsi Responden Pada Kualitas Department Store	137
Tabel 3.63 Persepsi Responden Pada Kualitas Area Food & Beverages	138
Tabel 3.64 Persepsi Responden Pada Kualitas Food Court	138
Tabel 3.65 Persepsi Responden Pada Kualitas Retail Fashion	139
Tabel 3.66 Persepsi Responden Pada Kualitas Supermarket.....	140
Tabel 3.67 Persepsi Responden Pada Kualitas Arena Bermain.....	140
Tabel 3.68 Persepsi Responden Pada Kualitas Perbankan	141

Tabel 3.69 Persepsi Responden Pada Kualitas Retail Toko Buku	142
Tabel 3.70 Persepsi Responden Pada Kenyamanan Pengunjung Mall	143
Tabel 3.71 Persepsi Responden Pada Kemudahan Mengunjungi Mall	144
Tabel 3.72 Persepsi Responden Pada Jam Operasional Mall	144
Tabel 3.73 Persepsi Responden Pada Fasilitas Aksesibilitas Mall	145
Tabel 3.74 Persepsi Responden Pada Toilet dan Musholla Mall.....	146
Tabel 3.75 Persepsi Responden Pada Petunjuk Arah di Mall.....	146
Tabel 3.76 Persepsi Responden Pada Kemudahan Memarkirkan Kendaraan	147
Tabel 3.77 Persepsi Responden Pada Penawaran Harga Yang Terjangkau.....	148
Tabel 3.78 Persepsi Responden Pada Penawaran Potongan Harga	149
Tabel 3.79 Persepsi Responden Pada Penawaran Voucher Gratis.....	150
Tabel 3.80 Persepsi Responden Pada Strategi Pemasaran Mall	151
Tabel 3.81 Persepsi Responden Pada Acara Yang Diadakan Tiap Mall ..	152
Tabel 3.82 Persepsi Responden Pada Alat Pemasaran Konvensional	153
Tabel 3.83 Persepsi Responden Pada Alat Pemasaran Online.....	153
Tabel 3.84 Persepsi Responden Pada Kualitas Pelayanan Mall	155
Tabel 3.85 Persepsi Responden Pada Keramahan Petugas	156
Tabel 3.86 Persepsi Responden Pada Keakuratan Pemberian Informasi	156
Tabel 3.87 Persepsi Responden Pada Sistem Keamanan dan Pengamanan Mall.....	158
Tabel 3.88 Persepsi Responden Pada Kesigapan Penjaga Keamanan	159
Tabel 3.89 Persepsi Responden Pada Pengamanan Mall Terhadap Aksi Terorisme	160

Tabel 3.90 Persepsi Responden Pada Pengamanan Mall Terhadap
Kecelakaan/Bencana 161

Tabel 3.91 Persepsi Responden Pada Pengamanan Mall Terhadap
Tindakan Kriminal 162



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Pemetaan Posisi Lingkungan Mall 1	164
Diagram 3.2 Pemetaan Posisi Lingkungan Mall 2	165
Diagram 3.3 Pemetaan Posisi Lingkungan Mall 3	167
Diagram 3.4 Pemetaan Posisi Lingkungan Mall 4	168
Diagram 3.5 Pemetaan Posisi Tenant Pengisi 1	170
Diagram 3.6 Pemetaan Posisi Tenant Pengisi 2	172
Diagram 3.7 Pemetaan Posisi Tenant Pengisi 3	173
Diagram 3.8 Pemetaan Posisi Tenant Pengisi 4	175
Diagram 3.9 Pemetaan Posisi Tenant Pengisi 5	176
Diagram 3.10 Pemetaan Posisi Kenyamanan 1	178
Diagram 3.11 Pemetaan Posisi Kenyamanan 2	180
Diagram 3.12 Pemetaan Posisi Kenyamanan 3	181
Diagram 3.13 Pemetaan Posisi Kenyamanan 4	183
Diagram 3.14 Pemetaan Posisi Penghargaan 1	185
Diagram 3.15 Pemetaan Posisi Penghargaan 2	186
Diagram 3.16 Pemetaan Posisi Fokus Pemasaran 1	189
Diagram 3.17 Pemetaan Posisi Fokus Pemasaran 2	190
Diagram 3.18 Pemetaan Posisi Kualitas Pelayanan 1	192
Diagram 3.19 Pemetaan Posisi Kualitas Pelayanan 2	194
Diagram 3.20 Pemetaan Posisi Sistem Keamanan dan Pengamanan 1	196
Diagram 3.21 Pemetaan Posisi Sistem Keamanan dan Pengamanan 2	197
Diagram 3.22 Pemetaan Posisi Sistem Keamanan dan Pengamanan 3	199

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Proses Persepsi.....	30
Bagan 1.2 Skema Alur Berpikir	41



DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran 1 Kuesioner	277
B. Lampiran 2 Validitas	290
C. Lampiran 3 Reliabilitas	355

