

**ANALISIS *POSITIONING MALL* BERDASARKAN
PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Deskriptif *Positioning* Pollux Mall Paragon, Citraland Mall
Semarang dan DP Mall Berdasarkan Persepsi Pengunjung pada
Masa Pandemi Covid-19)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

SHAFIRA MAHARANI LALUSU

15 09 05765

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS *POSITIONING MALL* BERDASARKAN
PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Deskriptif *Positioning* Pollux Mall Paragon, Citraland Mall Semarang dan
DP Mall Berdasarkan persepsi pengunjung *Mall* pada Masa Pandemi Covid-19)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) / Sarjana Sosial (S.Sos)

disusun oleh :

SHAFIRA MAHARANI LALUSU

150905765 / KOM

disetujui oleh :



Lukas Deni Setrawan, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS *POSITIONING MALL* BERDASARKAN PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Deskriptif *Positioning* Pollux Mall Paragon, Citraland Mall Semarang dan DP Mall Berdasarkan Persepsi Pengunjung *Mall* pada Masa Pandemi Covid-19)

Penyusun : SHAFIRA MAHARANI LALUSU
NPM : 150905765

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 29 April 2021

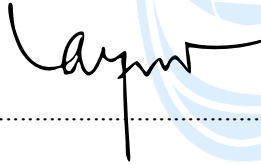
Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

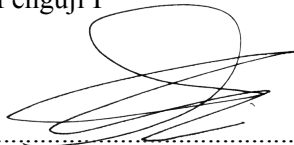
Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama



Lukas Deni Setiawan, M.A.

Penguji I



Ina Nur Ratriyana, M.A.

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shafira Maharani Lalusu

NPM : 150905765

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ANALISIS *POSITIONING MALL* BERDASARKAN PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Deskriptif *Positioning Pollux Mall Paragon, Citraland Mall Semarang dan DP Mall* Berdasarkan persepsi pengunjung terhadap *Brand Image Mall* pada Masa Pandemi Covid-19)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 1 April 2021

Saya yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is written over a green 6000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'KETERAI TEMPEL', 'NO. 09A/HF920907660', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'.

Shafira Maharani Lalusu

SHAFIRA MAHARANI LALUSU

No. Mhs : 150905765

**ANALISIS *POSITIONING MALL* BERDASARKAN
PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi
Deskriptif *Positioning* Pollux Mall Paragon, Citraland Mall Semarang dan
DP Mall Berdasarkan Persepsi Pengunjung pada Masa Pandemi Covid-19)**

ABSTRAK

Semarang menjadi Kota Terbaik Investasi setelah menciptakan Si-Imut “Sistem Izin Investasi Mudah dan Terpadu” guna mempermudah para investor untuk berinvestasi, hasilnya banyak investor dari berbagai macam sektor tertarik. Salah satunya investor 2 *mall* baru di Semarang, dampaknya ada pada *mall* yang sudah terlebih dahulu ada, selain bertambahnya pesaing dalam persaingan *mall*. 2 *mall* baru ini membawa konsep-konsep baru yang juga akan mempengaruhi perubahan pasar. Terdapat 3 *mall* yang berada pada lokasi yang sama, Pollux Mall Paragon, Citraland Mall dan DP Mall., sehingga perlu bagi ketiga *mall* untuk melakukan evaluasi atas strategi yang sedang dilakukan dengan menentukan *positioning* yang positif di benak pengunjunnya.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kusioner kepada 100 orang yang pernah berkunjung ke tiga *mall* yang diteliti dan yang berdomisili di Semarang. Analisis data yang digunakan yaitu analisis persentase, analisis *arithmetic mean* dan analisis *positioning*.

Hasilnya, pada masa pandemi Covid-19, di antara *mall* yang berada di Semarang khususnya yang berlokasi di Segitiga Emas Simpang Lima, Kecamatan Semarang Tengah, Pollux Mall Paragon merupakan *mall* yang paling unggul pada banyak atribut dibandingkan dengan kedua *mall* lainnya di benak pengunjung. Akan tetapi, Pollux Mall Paragon juga dapat dikatakan bersaing cukup ketat dengan DP Mall pada beberapa atribut. Sedangkan untuk Citraland Mall Semarang, meskipun posisi *mall* berada pada sumbu positif, akan tetapi *mall* ini belum berada pada posisi yang lebih unggul pada atribut apapun, sehingga atribut yang dimiliki Citraland Mall Semarang belum dapat menonjol pada benak pengunjungnya. **Kata Kunci : *Mall, Pusat Perbelanjaan, Persepsi, Poositioning, Perceptual Mapping***

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Shalom, Om Swastiastu, Namu Buddhaya, Semoga Semua Makhluk Berbahagia.

Terimakasih kepada Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih, karena atas izin-Nya lah kita dapat berada di titik dimana Tugas Akhir yang menjadi salah satu syarat kelulusan S1 yang berjudul “ANALISIS *POSITIONING MALL* BERDASARKAN PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Deskriptif *Positioning* Pollux Mall Paragon, Citraland Mall Semarang dan DP Mall Berdasarkan persepsi pengunjung *Mall* pada Masa Pandemi Covid-19)” telah selesai dikerjakan. Masa Pandemi Covid-19 cukup memberikan dampak pada proses pengerjaan Tugas Akhir ini karena banyak yang perlu disesuaikan. Semoga semua yang terdampak pandemi ini diberikan kekuatan yang besar untuk bertahan hingga pandemi ini berlalu. Terimakasih yang sebesar-besarnya juga penulis ucapkan kepada:

1. Ran Lalusu. *You did it, man. You made it to the other side and I know for sure that your younger self would be so proud of you. Hang there a little more for us. Keep accepting all things as they are for your wellbeing. I love you.*
2. Mader, Pader, Kak Ina, Icul dan Aka. *My not-so-small-but-not-big-enough family. Even tho we aren't perfect and argue all the time, but I can't lie, you guys are there. The prayers and sleepless night are not in vain. I love you and I'm so blessed to have you all.*

3. Fajar Kalbu Adhi, Mario Pankratio Dua Ladjar, Angga Rachman and Bang Regy. *Thankyou so much! These guys are the friend y'all needed, they encourage me to finish my SKRIPSI and they're the one who ask me to NONGKRONG every single day. But they were there when I got the covid (less nongkrong doesn't mean you far from covid) and support me trhough my lows. I love every single one of you, boiz.*
4. Ayu Suryani. *Thankyou for crossing and staying in my life, you saved me. You make me realize how it's like to be loved and to being in an healthy mind as you treated me patiently right. You are amazing, full of passions, dreamer and believer. I am amazed by you. I love you, Ayu.*
5. Fenny Juliani. *Thankyou so much for MABA to graduate in the same year. 5 years. You gonna rock every single year after this. If you read this, listen up, you will never be alone, I will always be there for you, I love you.*
6. Pak Lukas Deni. *Terimakasih atas bimbingannya, pak. Mohon maaf saya sering merepotkan bapak. Semoga pak Deni sekeluarga diberkati dan diberikan kesehatan selalu oleh Tuhan.*
7. Rara P. Wibawa, *My best mental support. Thankyou for understanding me and trying to be the best friend you could ever be! Please be safe and happy.*
8. Anastasia Oktaviani Laia and Brigita Shella. *Two of my friends who inspire me, they also one of 'em who get to know the real me and*

trying their best to understand. Sukses selalu guys, appreciate and love you guys!

9. Seluruh Dosen-dosen baik & bapak/ibu/orang-orang Tata Usaha FISIP UAJY, Terimakasih sudah menjadi bagian penting dari perjalanan kuliah kami, para mahasiswa FISIP UAJY.

10. *And to all the people who walk with me through my campus life and my life in general. Some inspire me and taught me lessons to build the current me. Thank you. May God bless you all.*

Penulis,
Ran Lalusu

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	III
KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	10
C. TUJUAN PENELITIAN.....	10
D. MANFAAT PENELITIAN	11
1. <i>Manfaat Akademis</i>	11
2. <i>Manfaat Praktis</i>	11
E. KERANGKA TEORI	11
1. <i>Segmentasi, Targeting dan Positioning</i>	12
2. <i>Persepsi</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
5. <i>Komunikasi</i>	30
F. KERANGKA KONSEP	33
1. <i>Jenis Penelitian</i>	42
2. <i>Metode Penelitian</i>	42

3.	<i>Populasi dan Sampel</i>	43
4.	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	46
5.	<i>Validitas</i>	47
6.	<i>Reliabilitas</i>	48
7.	<i>Teknik Analisis Data</i>	49
BAB II DESKRIPSI WILAYAH OBJEK PENELITIAN		54
1.	POLLUX MALL PARAGON.....	54
2.	CITRALAND MALL SEMARANG.....	58
3.	DP MALL.....	61
BAB III PEMBAHASAN		65
A.	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	65
B.	DISTRIBUSI FREKUENSI.....	70
C.	POSITIONING POLLUX MALL PARAGON, CITRALAND MALL DAN DP MALL.....	75
D.	PEMBAHASAN.....	113
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		120
A.	KESIMPULAN.....	120
B.	SARAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA		124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Atribut Pusat Perbelanjaan.....	17
Tabel 1.2 Tujuh Atribut <i>Positioning Mall</i>	39
Tabel 1.3 Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.1 Uji Validitas Persepsi Lingkungan.....	75
Tabel 3.2 Uji Validitas Persepsi <i>Tenant Mall</i>	75
Tabel 3.3 Uji Validitas Persepsi Kenyamanan.....	77
Tabel 3.4 Uji Validitas Persepsi Penghargaan.....	77
Tabel 3.5 Uji Validitas Persepsi Fokus Pemasaran.....	78
Tabel 3.6 Uji Validitas Persepsi Kualitas Pelayanan.....	78
Tabel 3.7 Uji Validitas Persepsi Keamanan & Pengamanan.....	79
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	80
Tabel 3.9 Frekuensi Jenis Kelamin.....	81
Tabel 3.10 Frekuensi Usia.....	82
Tabel 3.11 Frekuensi Usia.....	84
Tabel 3.12 Frekuensi Jenis Pekerjaan.....	85
Tabel 3.13 Klasifikasi Nilai Rata-rata.....	87
Tabel 3.14 Persepsi Responden Terhadap Lingkungan Pollux Mall Paragon.....	87
Tabel 3.15 Persepsi Responden Terhadap Lingkungan Citraland Mall.....	89
Tabel 3.16 Persepsi Responden Terhadap Lingkungan DP Mall.....	91
Tabel 3.17 Persepsi Responden Terhadap <i>Tenant</i> Pollux Mall Paragon.....	92
Tabel 3.18 Persepsi Responden Terhadap <i>Tenant</i> Citraland Mall.....	95
Tabel 3.19 Persepsi Responden Terhadap <i>Tenant</i> DP Mall.....	98

Tabel 3.20 Persepsi Responden Terhadap Kenyamanan Pollux Mall Paragon..	100
Tabel 3.21 Persepsi Responden Terhadap Kenyamanan Citraland Mall.....	102
Tabel 3.22 Persepsi Responden Terhadap Kenyamanan DP Mall.....	103
Tabel 3.23 Persepsi Responden Terhadap Penghargaan Pollux Mall Paragon....	105
Tabel 3.24 Persepsi Responden Terhadap Penghargaan Citraland Mall.....	106
Tabel 3.25 Persepsi Responden Terhadap Penghargaan DP Mall.....	107
Tabel 3.26 Persepsi Responden Terhadap Fokus Pemasaran Pollux Mall Paragon.....	109
Tabel 3.27 Persepsi Responden Terhadap Fokus Pemasaran Citraland Mall.....	111
Tabel 3.27 Persepsi Responden Terhadap Fokus Pemasaran DP Mall.....	113
Tabel 3.28 Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Pollux Mall Paragon.....	114
Tabel 3.29 Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Citraland Mall.....	116
Tabel 3.30 Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan DP Mall.....	117
Tabel 3.31 Persepsi Responden Terhadap Keamanan dan Pengamanan Pollux Mall Paragon.....	119
Tabel 3.32 Persepsi Responden Terhadap Keamanan dan Pengamanan Citraland Mall.....	121
Tabel 3.33 Persepsi Responden Terhadap Keamanan dan Pengamanan DP Mall.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Event</i> Christmas Candyland Pollux Mall Semarang.....	64
Gambar 2.2 <i>Event</i> Sparkling of New Year Pollux Mall Semarang.....	65
Gambar 2.3 Pollux Point Reward Pollux Mall Paragon	65
Gambar 2.4 Logo Pollux Mall Paragon	66
Gambar 2.5 <i>Event</i> AADC (Ada Apa Di Cl) Citraland Mall Semarang.....	68
Gambar 2.6 <i>Event</i> CL GREAT SALE Citraland Mall Semarang.....	68
Gambar 2.7 Acara Tahunan Ta'jil in Mall Citraland Mall Semarang.....	69
Gambar 2.8 Logo Citraland Mall Semarang.....	69
Gambar 2.9 <i>Event</i> FunTastic Holiday DP Mall.....	71
Gambar 2.10 Pengumuman Informasi DP Mall.....	71
Gambar 2.11 Pengumuman Informasi DP Mall.....	72
Gambar 2.12 Logo DP Mall.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	174
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reabilitas.....	191