

TESIS

STUDI PENGARUH TATA RUANG TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN DI MALIOBORO MALL, GALERIA
MALL, DAN AMBARRUKMO PLAZA, YOGYAKARTA



GALUH OKTAVINA

No. Mhs. : 115401680

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR

PENGESAHAN TESIS

Nama : GALUH OKTAVINA
NomorMahasiswa : 115401680
Konsentrasi :
Judul Tesis : Studi Pengaruh Tata Ruang Terhadap Tingkat Kepuasan
Konsumen di Malioboro Mall, Galeria Mall, dan
Ambarrukmo Plaza, Yogyakarta

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. Amos Setiadi, ST., MT

23/7-2014



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR

PENGESAHAN TESIS

Nama : GALUH OKTAVINA
NomorMahasiswa : 115401680
Konsentrasi :
Judul Tesis : Studi Pengaruh Tata Ruang Terhadap Tingkat Kepuasan
Konsumen di Malioboro Mall, Galeria Mall, dan
Ambarrukmo Plaza, Yogyakarta

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Amos Setiadi, ST., MT (Ketua)	23/7 - 014	
Ir. A. Atmadji, MT (Anggota)	24.07.2014	
Ir. YD. Krismiyanto, MT (Anggota)	23/7 - 014	



Ketua Program Studi

Dr. Amos Setiadi, ST., MT

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan di bawah ini, saya:

Nama : Galuh Oktavina

No. Mhs. : 115401680

Dengan sungguh-sungguhnya dan atas kesadaran sendiri, menyatakan bahwa Tesis saya yang berjudul STUDI PENGARUH TATA RUANG TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI MALIOBORO MALL, GALERIA MALL, DAN AMBARRUKMO PLAZA, YOGYAKARTA benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila kelak di kemudian hari terdapat bukti yang memberatkan bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh hasil karya saya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Program Pascasarjana Program Studi Magister Teknik Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta; gelar dan ijazah yang telah saya peroleh akan dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian, Surat Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, dan dengan segenap kesadaran maupun kesediaan saya untuk menerima segala konsekuensinya.

Yogyakarta, Juli 2014

Yang Menyatakan,



Kata Hantar

Penulis menghaturkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat Nya sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan, untuk memenuhi sebagian persyaratan yudisium untuk mencapai derajat Master (S-2) pada Program Studi Magister Teknik Arsitektur, Program Pascasarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Master, penulisan tesis ini harus dilalui mahasiswa karena tahap ini adalah bagian dari proses belajar. Mulai dari perencanaan, pencarian data, sampai penulisan, banyak pihak yang telah memberi dukungan. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. *My Saviour, my manager of life, the inspiration of my life, Jesus Christ.*
2. Dr. Amos Setiadi, MT., selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Arsitektur, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Dr. Amos Setiadi, MT., selaku Dosen Pembimbing I.
4. Ir. A. Atmaji, MT., selaku Dosen Penguji.
5. Ir. YD. Krismiyanto, MT., selaku Dosen Penguji.
6. Dra. L.V. Ratna Devi S., M.Si., yang turut serta membimbing.
7. Seluruh staf pengajar Program Studi Magister Teknik Arsitektur, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
8. Seluruh staf dan karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
9. Semua responden yang bersedia mengisi kuesioner dan diwawancarai.
10. Semua pihak yang dengan caranya masing-masing telah membantu penulisan tesis ini.

Selesai tidak berarti sempurna, namun inilah hasil optimal yang dapat diraih. Adanya beberapa kesalahan yang terselip, disadari sebagai proses pembelajaran yang tak akan kunjung usai. Segala sesuatu indah pada waktunya, dan kini saatnya mempersembahkan karya penulisan ini untuk dapat diambil kebaikannya.

Yogyakarta, Juli 2014

Galuh Oktavina



Sebuah persembahan untuk KELUARGA (Papi, Mami, dan Adik-adikku tercinta)
Kekasihku Andreas Prihana Setya Ekanisa
dan Sahabat-sahabatku terkasih.

II.1.2.3	Warna	21
II.1.2.4	Tekstur	24
II.1.2.5	Ukuran/ Skala/ Proporsi	25
II.1.3	Tautan (<i>Context</i>)	26
II.1.4	Pelingkup	
II.1.4.1	Elemen Pembentuk Ruang	27
II.1.4.2	Elemen Pengisi Ruang	29
II.1.4.3	Elemen Pelengkap Ruang	29
II.2	Pedoman Perencanaan dan Perancangan	
	Pusat Belanja (<i>Shopping Center</i>)	30
II.3	Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	37
II.3.1	Kualitas Tata Ruang	37
II.3.2	Nilai Konsumen (<i>Customer Value</i>)	38
BAB III.	TINJAUAN LOKASI	
III.1	Lokasi	39
III.1.1	Malioboro Mall	39
III.1.2	Galeria Mall	40
III.1.3	Ambarrukmo Plaza	41
III.2	Objek	43
BAB IV.	METODOLOGI PENELITIAN	
IV.1	Metode Studi	53
IV.1.1	Metode Pengumpulan Data	55
IV.1.2	Metode Analisis Data	56
IV.1.3	Metode Menarik Kesimpulan	58
BAB V.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
V.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan Malioboro Mall	
V.1.1	Data Diri Responden	59
V.1.2	Nilai Konsumen terhadap Faktor Fisik Tata Ruang	60
V.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan Galeria Mall	

V.2.1	Data Diri Responden	77
V.2.2	Nilai Konsumen terhadap Faktor Fisik Tata Ruang	78
V.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan Ambarrukmo Plaza	
V.3.1	Data Diri Responden	96
V.3.2	Nilai Konsumen terhadap Faktor Fisik Tata Ruang	97
V.4	Komparasi Data	117
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	
	Kesimpulan dan Saran	128
Daftar Pustaka	xxi
Lampiran		

Daftar Tabel

Pagina

BAB I.

Tabel I.1.	Faktor yang Mempengaruhi Konsumen saat <i>Prepurchase, Purchase, Postpurchase</i>	1
Tabel I.2.	Keaslian Penelitian	5

BAB II.

Tabel II.1	Pemrograman Tata Ruang	33
Tabel II.2	Kebutuhan Desain berupa Faktor Fisik Tata Ruang di Pusat Belanja	35

BAB III.

Tabel III.1	Visualisasi Faktor Fisik Tata Ruang sebagai Objek Amatan	43
-------------	--	----

BAB V.

Tabel V.1.	Jenis Kelamin Responden Malioboro Mall	59
Tabel V.2.	Usia Responden Malioboro Mall	59
Tabel V.3.	Pekerjaan Responden Malioboro Mall	59
Tabel V.4.	Frekuensi Berkunjung Malioboro Mall	60
Tabel V.5.	Jarak Tempat Tinggal Responden Malioboro Mall	60
Tabel V.6.	Nilai Konsumen terhadap Sirkulasi di Malioboro Mall	60
Tabel V.7.	Nilai Konsumen terhadap Parkir <i>Basement</i> (parkir dalam) di Malioboro Mall	62
Tabel V.8.	Nilai Konsumen terhadap <i>Escalator</i> di Malioboro Mall	63
Tabel V.9.	Nilai Konsumen terhadap Tangga Darurat di Malioboro Mall	64
Tabel V.10.	Nilai Konsumen terhadap Papan Penanda Ruang di Malioboro Mall	65
Tabel V.11.	Nilai Konsumen terhadap Koridor/ ruang jalan di Malioboro Mall	66
Tabel V.12.	Nilai Konsumen terhadap <i>Layout</i> Toko di Malioboro Mall	68

Tabel V.13.	Nilai Konsumen terhadap <i>Atrium</i> di Malioboro Mall	69
Tabel V.14.	Nilai Konsumen terhadap <i>Furniture</i> di Koridor Malioboro Mall	70
Tabel V.15.	Nilai Konsumen terhadap Area Duduk di Koridor Malioboro Mall	71
Tabel V.16.	Nilai Konsumen terhadap Toilet di Malioboro Mall	72
Tabel V.17.	Nilai Konsumen terhadap Mushola di Malioboro Mall	74
Tabel V.18.	Nilai Konsumen terhadap Fasilitas <i>Food Court</i> di Malioboro Mall	75
Tabel V.19.	Nilai Konsumen terhadap Fasilitas <i>ATM Center</i> di Malioboro Mall	76
Tabel V.20.	Jenis Kelamin Responden Galeria Mall	77
Tabel V.21.	Usia Responden Galeria Mall	77
Tabel V.22.	Pekerjaan Responden Galeria Mall	77
Tabel V.23.	Frekuensi Berkunjung Galeria Mall	77
Tabel V.24.	Jarak Tempat Tinggal Responden Galeria Mall	78
Tabel V.25.	Nilai Konsumen terhadap Sirkulasi di Galeria Mall	78
Tabel V.26.	Nilai Konsumen terhadap Parkir <i>Basement</i> (parkir dalam) di Galeria Mall	79
Tabel V.27.	Nilai Konsumen terhadap <i>Lift</i> di Galeria Mall	81
Tabel V.28.	Nilai Konsumen terhadap <i>Escalator</i> di Galeria Mall	82
Tabel V.29.	Nilai Konsumen terhadap Tangga Darurat di Galeria Mall	83
Tabel V.30.	Nilai Konsumen terhadap Papan Penanda Ruang di Galeria Mall	84
Tabel V.31.	Nilai Konsumen terhadap Koridor/ ruang jalan di Galeria Mall	85
Tabel V.32.	Nilai Konsumen terhadap <i>Layout</i> Toko di Galeria Mall	87
Tabel V.33.	Nilai Konsumen terhadap <i>Atrium</i> di Galeria Mall	88
Tabel V.34.	Nilai Konsumen terhadap <i>Furniture</i> di Koridor Galeria Mall	89
Tabel V.35.	Nilai Konsumen terhadap Area Duduk di Koridor Galeria Mall	90
Tabel V.36.	Nilai Konsumen terhadap Toilet di Galeria Mall	91
Tabel V.37.	Nilai Konsumen terhadap Mushola di Galeria Mall	93
Tabel V.38.	Nilai Konsumen terhadap Fasilitas <i>Food Court</i> di Galeria Mall	94

Tabel V.39.	Nilai Konsumen terhadap Fasilitas <i>ATM Center</i> di Galeria Mall	95
Tabel V.40.	Jenis Kelamin Responden Ambarrukmo Plaza	96
Tabel V.41.	Usia Responden Ambarrukmo Plaza	96
Tabel V.42.	Pekerjaan Responden Ambarrukmo Plaza	96
Tabel V.43.	Frekuensi Berkunjung Ambarrukmo Plaza	97
Tabel V.44.	Jarak Tempat Tinggal Responden Ambarrukmo Plaza	97
Tabel V.55.	Nilai Konsumen terhadap Sirkulasi di Ambarrukmo Plaza	97
Tabel V.46.	Nilai Konsumen terhadap Parkir <i>Basement</i> (parkir dalam) di Ambarrukmo Plaza	99
Tabel V.47.	Nilai Konsumen terhadap <i>Ramp</i> di Ambarrukmo Plaza	101
Tabel V.48.	Nilai Konsumen terhadap <i>Lift</i> di Ambarrukmo Plaza	102
Tabel V.49.	Nilai Konsumen terhadap <i>Escalator</i> di Ambarrukmo Plaza	103
Tabel V.50.	Nilai Konsumen terhadap Tangga Darurat di Ambarrukmo Plaza	104
Tabel V.51.	Nilai Konsumen terhadap Papan Penanda Ruang di Ambarrukmo Plaza	105
Tabel V.52.	Nilai Konsumen terhadap Koridor/ ruang jalan di Ambarrukmo Plaza	106
Tabel V.53.	Nilai Konsumen terhadap <i>Layout</i> Toko di Ambarrukmo Plaza	108
Tabel V.54.	Nilai Konsumen terhadap <i>Atrium</i> di Ambarrukmo Plaza	109
Tabel V.55.	Nilai Konsumen terhadap <i>Furniture</i> di Koridor Ambarrukmo Plaza	110
Tabel V.56.	Nilai Konsumen terhadap Area Duduk di Koridor Ambarrukmo Plaza	111
Tabel V.57.	Nilai Konsumen terhadap Toilet di Ambarrukmo Plaza	112
Tabel V.58.	Nilai Konsumen terhadap Mushola di Ambarrukmo Plaza	114
Tabel V.59.	Nilai Konsumen terhadap Fasilitas <i>Food Court</i> di Ambarrukmo Plaza	115
Tabel V.60.	Nilai Konsumen terhadap Fasilitas <i>ATM Center</i> di Ambarrukmo Plaza	116
Tabel V.61.	Komparasi Data Kuesioner/ Wawancara berdasarkan Teori yang Terkait	118

BAB VI.

Tabel VI.1. Kesimpulan dan Saran untuk Faktor Fisik Tata Ruang
di Malioboro Mall, Galeria Mall dan Ambarrukmo Plaza129

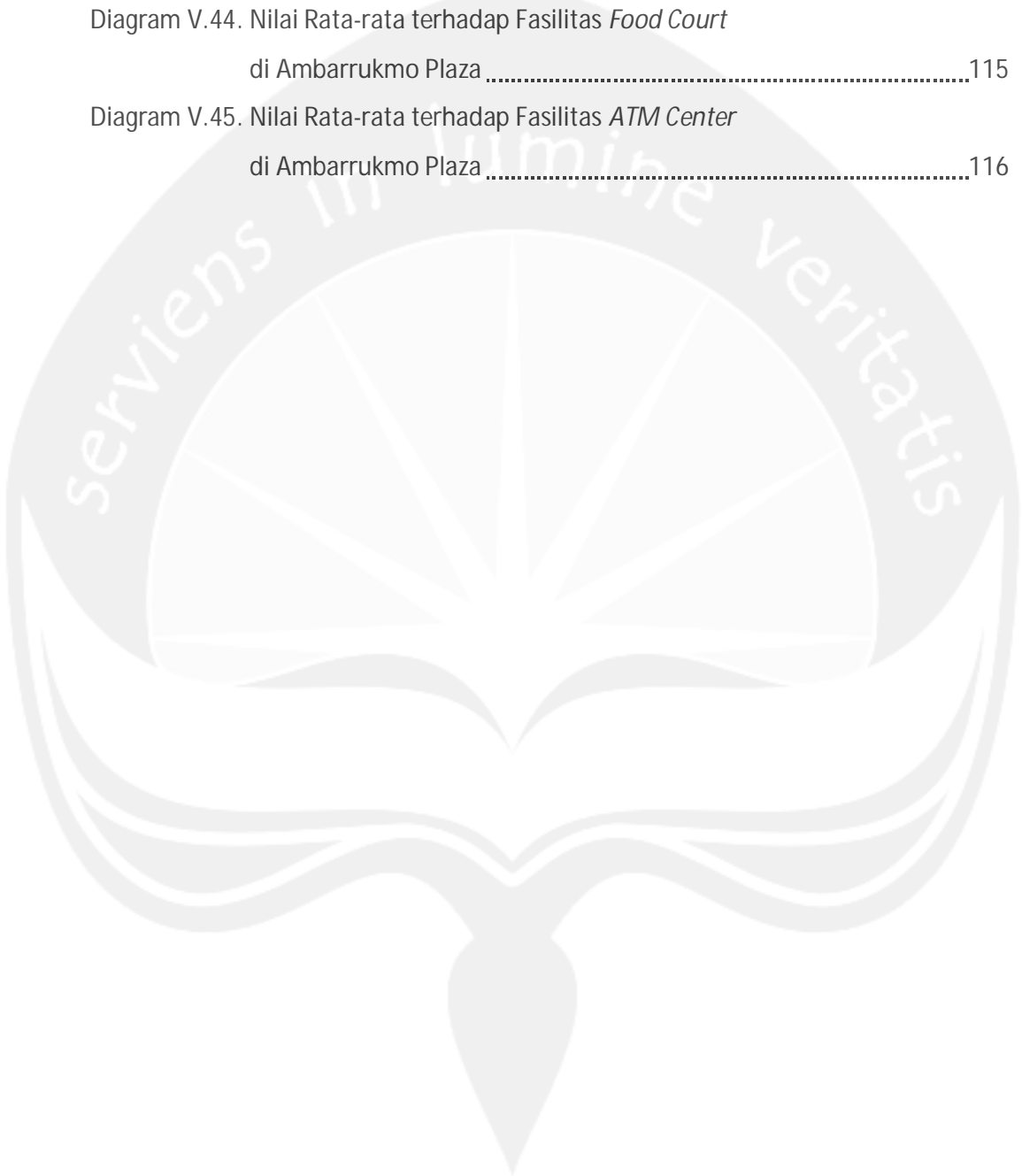


Daftar Diagram

	Pagina
BAB V.	
Diagram V.1. Nilai Rata-rata terhadap Sirkulasi di Malioboro Mall	61
Diagram V.2. Nilai Rata-rata terhadap Parkir <i>Basement</i> (parkir dalam) di Malioboro Mall	63
Diagram V.3. Nilai Rata-rata terhadap <i>Escalator</i> di Malioboro Mall	64
Diagram V.4. Nilai Rata-rata terhadap Tangga Darurat di Malioboro Mall	65
Diagram V.5. Nilai Rata-rata terhadap Papan Penanda Ruang di Malioboro Mall	66
Diagram V.6. Nilai Rata-rata terhadap Koridor/ ruang jalan di Malioboro Mall	67
Diagram V.7. Nilai Rata-rata terhadap <i>Layout</i> Toko di Malioboro Mall	68
Diagram V.8. Nilai Rata-rata terhadap <i>Atrium</i> di Malioboro Mall	70
Diagram V.9. Nilai Rata-rata terhadap <i>Furniture</i> di Koridor Malioboro Mall	71
Diagram V.10. Nilai Rata-rata terhadap Area Duduk di Koridor Malioboro Mall	72
Diagram V.11. Nilai Rata-rata terhadap Toilet di Malioboro Mall	73
Diagram V.12. Nilai Rata-rata terhadap Mushola di Malioboro Mall	74
Diagram V.13. Nilai Rata-rata terhadap Fasilitas <i>Food Court</i> di Malioboro Mall	75
Diagram V.14. Nilai Rata-rata terhadap Fasilitas <i>ATM Center</i> di Malioboro Mall	76
Diagram V.15. Nilai Rata-rata terhadap Sirkulasi di Galeria Mall	79
Diagram V.16. Nilai Rata-rata terhadap Parkir <i>Basement</i> (parkir dalam) di Galeria Mall	81
Diagram V.17. Nilai Rata-rata terhadap <i>Lift</i> di Galeria Mall	82
Diagram V.18. Nilai Rata-rata terhadap <i>Escalator</i> di Galeria Mall	83
Diagram V.19. Nilai Rata-rata terhadap Tangga Darurat di Galeria Mall	84

Diagram V.20. Nilai Rata-rata terhadap Papan Penanda Ruang di Galeria Mall	85
Diagram V.21. Nilai Rata-rata terhadap Koridor/ ruang jalan di Galeria Mall	86
Diagram V.22. Nilai Rata-rata terhadap <i>Layout</i> Toko di Galeria Mall	87
Diagram V.23. Nilai Rata-rata terhadap <i>Atrium</i> di Galeria Mall	89
Diagram V.24. Nilai Rata-rata terhadap <i>Furniture</i> di Koridor Galeria Mall	90
Diagram V.25. Nilai Rata-rata terhadap Area Duduk di Koridor Galeria Mall	91
Diagram V.26. Nilai Rata-rata terhadap Toilet di Galeria Mall	92
Diagram V.27. Nilai Rata-rata terhadap Mushola di Galeria Mall	93
Diagram V.28. Nilai Rata-rata terhadap Fasilitas <i>Food Court</i> di Galeria Mall	94
Diagram V.29. Nilai Rata-rata terhadap Fasilitas <i>ATM Center</i> di Galeria Mall	95
Diagram V.30. Nilai Rata-rata terhadap Sirkulasi di Ambarrukmo Plaza	98
Diagram V.31. Nilai Rata-rata terhadap Parkir <i>Basement</i> (parkir dalam) di Ambarrukmo Plaza	100
Diagram V.32. Nilai Rata-rata terhadap <i>Ramp</i> di Ambarrukmo Plaza	101
Diagram V.33. Nilai Rata-rata terhadap <i>Lift</i> di Ambarrukmo Plaza	102
Diagram V.34. Nilai Rata-rata terhadap <i>Escalator</i> di Ambarrukmo Plaza	103
Diagram V.35. Nilai Rata-rata terhadap Tangga Darurat di Ambarrukmo Plaza	104
Diagram V.36. Nilai Rata-rata terhadap Papan Penanda Ruang di Ambarrukmo Plaza	105
Diagram V.37. Nilai Rata-rata terhadap Koridor/ ruang jalan di Ambarrukmo Plaza	107
Diagram V.38. Nilai Rata-rata terhadap <i>Layout</i> Toko di Ambarrukmo Plaza	108
Diagram V.39. Nilai Rata-rata terhadap <i>Atrium</i> di Ambarrukmo Plaza	110
Diagram V.40. Nilai Rata-rata terhadap <i>Furniture</i> di Koridor Ambarrukmo Plaza	111

Diagram V.41. Nilai Rata-rata terhadap Area Duduk di Koridor Ambarrukmo Plaza	112
Diagram V.42. Nilai Rata-rata terhadap Toilet di Ambarrukmo Plaza	113
Diagram V.43. Nilai Rata-rata terhadap Mushola di Ambarrukmo Plaza	114
Diagram V.44. Nilai Rata-rata terhadap Fasilitas <i>Food Court</i> di Ambarrukmo Plaza	115
Diagram V.45. Nilai Rata-rata terhadap Fasilitas <i>ATM Center</i> di Ambarrukmo Plaza	116



Daftar Gambar

	Pagina
BAB I.	
Gbr I.1. Malioboro Mall	2
Gbr I.2. Galeria Mall	2
Gbr I.3. Ambarrukmo Plaza	2
Gbr I.4. Fenomena Eksistensi Malioboro Mall, Galeria Mall, dan Ambarrukmo Plaza per Mei 2014	3
BAB II.	
Gbr II.1. Ilustrasi Grafik dari Zona Jarak Intim	14
Gbr II.2. Ilustrasi Grafik dari Zona Jarak Pribadi/Personal	15
Gbr II.3. Ilustrasi Grafik dari Zona Jarak Sosial Fase Dekat	16
Gbr II.4. Ilustrasi Grafik dari Zona Jarak Sosial Fase Jauh	17
Gbr II.5. Ilustrasi Grafik dari Zona Jarak Publik Fase Dekat	17
Gbr II.6. Ilustrasi Grafik dari Zona Jarak Publik Fase Jauh	18
Gbr II.7. Rupa Bentuk Geometris	19
Gbr II.8. Rupa Bentuk Alami	19
Gbr II.9. Gabungan dari Ketiga Bentuk Dasar	20
Gbr II.10. Warna Kontemporer	23
Gbr II.11. Tekstur Mempunyai Karakteristik yang Dapat Dirasakan	24
Gbr II.12. Jarak Pandang Tekstur	25
Gbr II.13. Skala pada Elemen Ruang Luar	26
Gbr II.14. Elemen Pembentuk Ruang	27
Gbr II.15. Ketinggian dan Skala Langit-langit	29
BAB III.	
Gbr III.1. Lokasi Malioboro Mall	39
Gbr III.2. Lokasi Galeria Mall	40
Gbr III.3. Lokasi Ambarrukmo Plaza	42
Gbr III.4. Fasilitas yang ada di Ambarrukmo Plaza	42

BAB IV.

Gbr IV.1. Stratifikasi Sosial54

BAB VI.

Gbr VI.1. Alternatif Parkir Luar di Malioboro Mall129

Gbr VI.1. Alternatif Parkir Luar di Galeria Mall129



Intisari

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini bangunan komersial semakin marak di Yogyakarta. Hal ini terbukti dengan adanya pusat belanja (*shopping center*) yang merambah di pusat kota atau dekat dengan pusat kegiatan manusia. Dengan kondisi ini, penyedia pusat belanja harus terus mencari solusi untuk menciptakan kepuasan konsumen dengan melakukan peningkatan kualitas faktor fisik tata ruang agar dapat mempertahankan eksistensinya (loyalitas konsumen). Untuk membantu penyedia pusat belanja dalam mempertahankan eksistensinya dengan pusat belanja baru di Yogyakarta, maka peneliti mencoba mencari tanggapan/ persepsi kepuasan konsumen terhadap tata ruang pusat belanja di Yogyakarta. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan tujuan mendapatkan penilaian secara langsung, dengan subjektivitas masing-masing orang. Analisis data yaitu deskriptif kuantitatif menggunakan tabel tunggal dengan bantuan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), kemudian komparasi data. Komparasi data dalam penelitian ini menggunakan komparasi deskriptif (*descriptive comparative*) yaitu membandingkan faktor fisik tata ruang di Malioboro Mall, Galeria Mall, dan Ambarrukmo Plaza berdasarkan teori tata ruang (fungsi, ruang, geometri, tautan, dan pelingkup) kemudian analisis kualitas tata ruang di ketiga pusat belanja tersebut menggunakan teori *responsive environments*. Hasil penelitian dan pembahasan faktor fisik tata ruang di Malioboro Mall, Galeria Mall, dan Ambarrukmo Plaza yaitu masing-masing pusat belanja memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Kekurangan yang bersifat struktural tidak mutlak dapat diperbaiki, namun yang bersifat non struktural atau bersifat visual memungkinkan untuk diperbaiki. Konsumen memiliki opini untuk perbaikan faktor fisik tata ruang di masing-masing pusat belanja tersebut.

Kata Kunci: faktor fisik tata ruang, kepuasan konsumen, pusat belanja.



