

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH MALL ENVIRONMENT, CUSTOMER PERCEIVED VALUE, DAN COSTUMER SATISFACTION TERHADAP CUSTUMER LOYALTY PENGUNJUNG GALAXY MALL SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh :

NAMA : UMMU SHOFIYAH

NPM : 01120140031



Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Pelita Harapan

Surabaya

2017



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERTANYAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Ummu Shofiyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 01120140031
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH MALL ENVIRONMENT, CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGUNJUNG GALAXY MALL SURABAYA**” adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukti merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 07 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



(Ummu Shofiyah)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH MALL ENVIRONMENT, CUSTOMER PERCEIVED
VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
PENGUNJUNG GALAXY MALL SURABAYA**

Oleh :

Nama : Ummu Shofiyah
NPM : 01120140031
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar sarjana strata satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 07 Agustus 2017

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Amelia, S.E., RFP-I, MM

Co-Pembimbing/Supervisor

Hananiel M. Gunawan BA, MBA

Ketua Jurusan Manajemen

Amelia, S.E., RFP-I, MM

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ronald S., S.T., MM



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

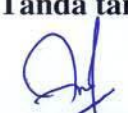
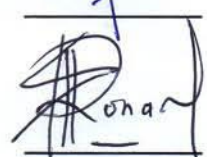

Pada Agustus 2017 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Ummu Shofiyah

NPM : 01120140031

Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH MALL ENVIRONMENT,CUSTOMER PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGUNJUNG GALAXY MALL SURABAYA”** oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Amelia, S.E,RFP-I,MM	,sebagai Ketua/Pembimbing	 _____
Dr.Ronald S.,S.T.,MM	,sebagai Penguji Pertama/ Anggota	 _____
Yanuar Danajaya, B.Sc., M.M	,sebagai Penguji Kedua/ Anggota	 _____

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh Mall Environment, Customer Perceived Value, Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pengunjung Galaxy Mall Surabaya” ini ditujukan untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kepada pihak – pihak yang telah memberikan bimbingan maupun bantuannya dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih ini khusus ditujukan kepada:

1. Ibu Amelia, S.E, RFP-I, MM., selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Hananiel M Gunawan BA., MBA ., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Amelia, S.E, RFP-I, MM., selaku Ketua jurusan manajemen yang telah membantu dan memberikan saran – saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Ronald S., S.T., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Bapak Yanuar Danajaya, B.Sc., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
6. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu – ilmu melalui suatu kegiatan belajar – mengajae dengan dasar pemikiran analisis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

7. Kedua orang tua khususnya papa dan mama serta saudara dari penulis yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas – tugas terutama penelitian tugas akhir ini.
8. Teman – teman mahasiswa seperjuangan yopi yang selama ini berjuang bersama – sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama – sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
9. Pihak – pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Akhir kata, hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, Saudari dan teman – teman sekalian. Penulis menyadari bahwa mungkin masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 07 Agustus 2017

Ummu Shofiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoristis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KERANGKA TEORI.....	18
2.1 Kajian Teori	18
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	18
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.3 <i>Mall Environment</i>	22
2.1.4 <i>Customer Perceived Value</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.3.1 Pengaruh mall environment terhadap customer perceived value.....	29
2.3.2 Pengaruh mall environment terhadap customer satisfaction.....	30

2.3.3 Pengaruh mall customer perceived value terhadap customer satisfaction...	30
2.3.4 Pengaruh customer satisfaction terhadap customer loyalty.....	31
2.4 Model Penelitian.....	31
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.1.1 Jenis Data.....	33
3.1.2 Sumber Data.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	35
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Pengolahan Data.....	39
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	39
3.5.2.1 Uji Validitas.....	40
3.5.2.2 Uji Realibilitas.....	40
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.2.3.1 Uji Normalitas.....	41
3.5.2.3.2 Uji Multikolonieritas.....	42
3.5.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.5.2.3.4 Uji Regresi Linearitas.....	43
3.5.2.4 Analisis Regresi Linier Sederhana (Simple Regression).....	43
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Berganda (Multiple Regression).....	44
3.5.2.5 Koefisien Korelasi (R).....	44
3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R ²).....	45
3.5.2.7 Uji F (Uji Simultan).....	45
3.5.2.8 Uji T (Uji Parsial).	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum.....	47
4.1.1 Gambaran umum galaxy mall surabaya.....	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden.....	48
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	50
4.2.3 Penjelasan Responden.....	57
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
4.3.1 Uji Validitas.....	63
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.4 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	65
4.4.1 Uji Normalitas.....	65
4.4.2 Uji Linearitas.....	68
4.4.3 Heterokedastisitas.....	69
4.4.4 Multikolinieritas.....	72
4.5 Metode Analisis Statistik.....	73
4.5.1 Analisis Koefisien Korelasi (R).....	73
4.5.1.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	73
4.5.1.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	74
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.5.3 Analisis Regresi Sederhana.....	75
4.5.4 Analisis Regresi Berganda.....	77
4.6 Metode Pengujian Hipotesis.....	78
4.6.1 Uji Signifikansi Simultran (Uji- F).....	78
4.6.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	79
4.7 Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN.....	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Implikasi.....	92
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	92

5.2.2 Implikasi Manajerial	93
5.3 Rekomendasi	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase rata-rata pengeluaran perkapita sebulan di daerah perkotaan menurut provinsi dan kelompok barang	1
Gambar 1.2 Struktur GDP Rill Indonesia menurut lapangan usah.....	3
Gambar 1.3 prediksi jumlah penduduk indonesia tahun 2035.....	5
Gambar 1.4 Perkembangan omzet ritel modern 2004-2008.....	6
Gambar 1.5 Logo galaxy mall.....	9
Gambar 1.6 Salah satu tenant di Galaxy Mall.....	9
Gambar 1.7 Salah satu makanan frenchise Galaxy Mall.....	12
Gambar 1.8 Interior Galaxy Mall.....	13
Gambar 1.9 Produk brnded Galaxy Mall yang tidak dimiliki mall lain.....	14
Gambar 1.10 Fasilitas Galaxy Mall.....	14
Gambar 1.11 Fasilitas Galaxy Mall.....	14
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Perceived Value</i>	67
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	67
Gambar 4.7 Scatter Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner.....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	44
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R ²).....	45
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	50
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Mall Environment</i>	51
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	53
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	55
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	56
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Mall Environment</i>	57
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	59
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	61
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Mall Environment</i>	63
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	63
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	63
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	64

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas <i>Mall Environment</i>	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Perceived Value</i>	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Model 1 (CPV*ME).....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Model 2 (CL*CS).....	66
Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas Model 3 (CS*ME,CPV).....	66
Tabel 4.23 Hasil Uji Linearitas.....	68
Tabel 4.24 Hasil Uji Sperarsman'1 (CPV*ME).....	69
Tabel 4.25 Hasil Uji Sperarsman'2 (CL*CS).....	70
Tabel 4.26 Hasil Uji Sperarsman'3 (CS*ME,CPV)	71
Tabel 4.27 Nilai <i>tolerance</i> dan VIF.....	72
Tabel 4.28 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	74
Tabel 4.29 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2).....	74
Tabel 4.30 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 (R^2).....	75
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Sederhana (ME*CPV).....	75
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	76
Tabel 4.33 Hasil Analisis Regresi Berganda (ME CPV*CS).....	77
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.35 Hasil Uji t.....	79
Tabel 4.36 Indikator yang mengukur <i>Mall Environment</i>	83
Tabel 4.37 Indikator yang mengukur <i>Customer Perceived Value</i>	85
Tabel 4.38 Indikator yang mengukur <i>Customer Satisfaction</i>	86
Tabel 4.39 Indikator yang mengukur <i>Customer Loyalty</i>	87
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	92
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	A-1
Lampiran B	B-1
Lampiran C	C-1
Lampiran D	D-1
Lampiran E	E-1
Lampiran F	F-1