

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH MALL ENVIRONMENT TERHADAP CUSTOMER
LOYALTY MELALUI MALL VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION
PADA TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA**

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

Oleh:

Nama : YULINDA MANDASARI

NPM : 01120150085



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA**

2018



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa : Yulinda Mandasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150085

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **"ANALISIS PENGARUH MALL ENVIRONMENT TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI MALL VALUE DAN CUSTOMER SATISFACTION PADA TUNJUNGAN PLAZA DI 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 Akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan 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 diatas, maka karya Tugas Akhir ini batal.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



(YulindaMandasari)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH *MALL ENVIRONMENT* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *MALL VALUE* DAN *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA TUNJUNGAN PLAZA DISURABAYA**

Oleh :

Nama : Yulinda Mandasari
NPM : 01120150085
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, 3 Agustus 2018

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M.

Co-Pembimbing/Supervisor

Hanani M. Gunawan G. M,BA

Executive Director

Dr. Ronald S.T., M.M.






**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

Pada 3 Agustus 2018 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama Mahasiswa : Yulinda Mandasari
Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150085
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *MALL ENVIRONMENT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *MALL VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA “ oleh tim Penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda Tangan
1. Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Ketua/ Pembimbing	
2. Dr. Amelia S.E.,RFP-I, M.M.	sebagai Penguji Pertama/Anggota	
3. Yanuar Dananjaya BSC.,MM	sebagai Penguji Kedua/Anggota	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan karunianya dan senantiasa membimbing serta menuntut setiap langkah yang dicapai oleh penulis, sehingga akhirnya penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dana mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditunjukkan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald Suryaputra S.T., M.M., selaku Executive Directore Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E.,RFP-I, M.M. selaku sebagai Ketua Jurusan Manajemen yang telah banyak memebantu selama masa perkuliahan di Universitas Harapan Surabaya.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu, memberikan ilmu, dan saran-saran dengan mengorbankan pikiran, tenaga, waktu, serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Hananiel M. Gunawan .G M,BA. selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu, memberikan ilmu, dan saran-saran dengan mengorbankan pikiran, tenaga, waktu, serta perhatian dan kesbaran sehingga dapat menyelesaikan peneitian ini.

5. Para Staff administrasi Progran Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Managemen Universitas Pelita Harapan yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.
6. Para responden, khususnya para pengunjung Tunjungan Plaza Surabaya sebagai representatif seluruh pengunjung yang berdomisili di Surabaya.
7. Orang tua khususnya Papa dan Mama penulis yaitu M. Yudi Serta dukungan seluruh keluarga besar yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini, serta mendukung sepenuhnya agar penulis mampu mewujudkan harapan dan cita-citanya untuk membahagiakan keluarga ini ke depannya setelah lulus dari Universitas Pelita Harapan Surabaya.
8. Teman-teman mahasiswa seperjuangan serta relasi-relasi 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.

Menyadari bahwa penulisan ini jauh dari kata sempurna, maka dibutuhkan saran maupun kritik yang dapat membangun dari para pembaca didalam pengembangan selanjutnya. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Yulinda Mandasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	15
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Mall Environment</i>	17
2.1.4 <i>Mall Value</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	23
2.3.1 Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Mall Value</i>	23
2.3.2 Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.3 Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	24
2.3.4 Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.5 Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	25
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.4 Model Penelitian.....	27
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32

3.4.1 Definisi Operasional.....	32
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	34
3.5 Metode Analisis Data.....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum “Tunjungan Plaza”.....	41
4.2 Analisis Data.....	42
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	42
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	44
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Mall Environment</i>	47
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Mall Value</i>	50
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	52
4.2.2.1 Uji Validitas.....	52
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	53
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas.....	55
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	57
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas.....	57
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	57
4.2.3.1 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Mall Value</i>	57
4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Mall Environment</i> dan <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.2.3.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Mall Environment</i> , <i>Mall Value</i> , dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	60
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 Analisis Variabel.....	62
4.3.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	62
4.3.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	62
4.3.1.3 <i>Mall Environment</i>	63
4.3.1.4 <i>Mall Value</i>	64
4.3.2 Analisis Hipotesis.....	65
4.3.2.1 Analisis Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Mall Value</i>	65
4.3.2.2 Analisis Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	66
4.3.2.3 Analisis Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67
4.3.2.4 Analisis Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	68
4.3.2.5 Analisis Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	68
4.3.2.6 Analisis Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	69
4.3.3 Analisis Model Keseluruhan.....	70

BAB V KESIMPULAN.....	73
5.1 Simpulan	73
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	73
5.1.1.1 Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Mall Value</i>	73
5.1.1.2 Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	74
5.1.1.3 Pengaruh <i>Mall Environment</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	75
5.1.1.4 Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
5.1.1.5 Pengaruh <i>Mall Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
5.1.1.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	78
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	78
5.2 Implikasi.....	79
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	79
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	80
5.2.2.1 <i>Mall Environment</i>	81
5.2.2.2 <i>Mall Value</i>	81
5.2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	82
5.2.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	82
5.3 Rekomendasi.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	A-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Tunjungan Plaza.....	5
Gambar 1.2 Tunjungan 21.....	7
Gambar 1.3 <i>Interior</i> Natal Tunjungan Plaza.....	8
Gambar 1.4 <i>Interior</i> Imlek Tunjungan Plaza.....	8
Gambar 1.5 <i>Concierge</i> Tunjungan Plaza I.....	9
Gambar 1.6 <i>Concierge</i> Tunjungan Plaza III.....	9
Gambar 1.7 Even Tunjungan Plaza (bag. 1).....	10
Gambar 1.8 Even Tunjungan Plaza (bag. 2).....	11
Gambar 1.9 Even Tunjungan Plaza (bag. 3).....	11
Gambar 1.10 Even Tunjungan Plaza (bag. 4).....	11
Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Logo Tunjungan Plaza.....	42
Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	42
Gambar 4.3 Karakteristik Usia Responden.....	43
Gambar 4.4 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas ME*MV.....	53
Gambar 4.5 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas ME,MV*CS.....	54
Gambar 4.6 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas ME,MV,CS*CL.....	54
Gambar 4.7 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas ME*MV.....	55
Gambar 4.8 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas ME,MV*CS.....	56
Gambar 4.9 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas ME,MV,CL*CS.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Likert Scale Point</i>	32
Tabel 3.2 <i>Operasional Variabel</i>	32
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb Koefesien Korelasi</i>	38
Tabel 4.1 Deskripsi <i>Mean Rating Index</i>	43
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Customer Loyalty</i>	44
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Mall Environment</i>	47
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Mall Value</i>	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.12 Regresi Sederhana <i>Mall Environemt (ME)</i> terhadap <i>Mall Value (MV)</i>	57
Tabel 4.13 Regresi Berganda <i>Mall Environment (ME)</i> dan <i>Mall Value (MV)</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 4.14 Regresi Berganda <i>Mall Environement, Mall Value,</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	60
Tabel 4.15 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Pearson Correlation</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i> ...	62
Tabel 4.16 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Pearson Correlation</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	62
Tabel 4.17 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Pearson Correlation</i> Variabel <i>Mall Environment</i>	63

Tabel 4. 18 Nilai <i>Mean</i> dan <i>Pearson Correlation</i> Variabel <i>Mall Value</i>	64
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER

LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER

LAMPIRAN C : *VALIDITY,REABILITY AND CLASSICAL ASSUMTION*

LAMPIRAN D : *CLASSICAL ASSUMTION TEST OF NORMALITY*

LAMPIRAN E : *LINEAR REGRESSION ANALYSIS*