

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PERCEPTION*, DAN *MALL PERCEPTION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *AROUSAL* DAN *PLEASURE* DARI PENGUNJUNG SUTOS DI SURABAYA

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

Oleh:

NAMA : Ervinson Abraham

NPM : 01120120014



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**

2015



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PERCEPTION*,
DAN *MALL PERCEPTION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *AROUSAL* DAN *PLEASURE*
DARI PENGUNJUNG SUTOS DI SURABAYA.

Nama Mahasiswa : Ervinson Abraham

NPM : 01120120014

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Kewirausahaan

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Pembimbing 2 : Hananiel M. Gunawan, BA., MBA

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Sekretaris : Oliandes Sondakh, Se. M.M.

Anggota : Dr. Ronald S., S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PERCEPTION*, DAN *MALL PERCEPTION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *AROUSAL* DAN *PLEASURE* DARI PENGUNJUNG SUTOS DI SURABAYA

Oleh

Nama : Ervinson Abraham

NPM : 01120120014

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, 19 November 2015

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., M.M



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**


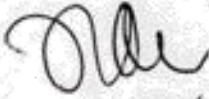

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 2015 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 : Ervinson Abraham
NPM : 01120120014
Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PERCEPTION*, DAN *MALL PERCEPTION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *AROUSAL* DAN *PLEASURE* DARI PENGUNJUNG SUTOS DI SURABAYA" oleh tim penguji yang terdiri dari

DewanPenguji :	Status	Tandatangan
Amelia, S.E, RFP-I, M.M.	,sebagai Ketua/ Pembimbing	 _____
Oliandes Sondakh, SE M.M.	,sebagai Penguji Pertama/ Anggota	 _____
Dr. Ronald S., S.T., M.M.	,sebagai Penguji Kedua/ Sekertaris	 _____

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

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 dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S., S.T., M.M, selaku dekan fakultas ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah membantu saya dalam mengarahkan saya sewaktu saya menulis penelitian ini.
2. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Hananiel M. Gunawan B.A., M.BA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Miss Oliandes Sondakh, Se. M.M, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
5. Bapak Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M, selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.

6. Kedua orang tua saya, Son dan Ervina, saudara- saudara saya Ericko, dan Lucianto yang senantiasa mendoakan dan memberikan kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Yovita yang sudah banyak membantu saya dalam memberikan dukungan dan membantu kelancaran dalam penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan lainnya Novita, Gladys, Kartika, Risa, Andriany, Priska, Andrean, Jeffry, dan Grace yang telah memberikan support dan semangat kepada saya.
9. Teman-teman lain yang membantu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. 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 tentu nyaakan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 19 November 2015

Ervinson Abraham

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoristis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 LandasanTeori	11
2.1.1 <i>Perception</i>	11
2.1.2 <i>Mall Perception</i>	11
2.1.3 <i>Product Perception</i>	12
2.1.4 <i>Arousal</i>	13
2.1.5 <i>Pleasure</i>	14
2.1.6 <i>Behavioral Intentions</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16

2.3 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.4 Model Penelitian.....	19
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.5 Metode Analisis Data.....	26
3.5.2.1 Uji Validitas.....	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Surabaya Town Square.....	34
4.2 Analisis Data.....	35
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	35
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	35
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	37
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	43
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Mall Perception</i>	43
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Product Perception</i>	44
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Arousal</i>	45
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Pleasure</i>	46
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	48
4.3 Analisis Data.....	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.2 Uji Reabilitas.....	50
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.3.3.1 Normalitas.....	51
4.3.3.2 Heterokedasitas.....	54

4.3.3.3 Multikolinearitas.....	59
4.3.3.4 Linearitas.....	60
4.4 Metode Analisis Statistik.....	61
4.4.1 Analisis Regresi.....	61
4.4.2 Analisis Koefisien Kolerasi.....	63
4.4.2.1 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan P*BI.....	63
4.4.2.2 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan A*P.....	64
4.4.2.3 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan MP,PP*A	64
4.4.2.4 Analisis Koefisien Korelasi untuk Hubungan MP*PP	64
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	64
4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	65
4.4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (uji-F).....	65
4.4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (uji-t).....	67
4.5 Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	80
5.1.1.1 Pengaruh <i>Mall Perception</i> terhadap <i>Product Perception</i>	80
5.1.1.2 Pengaruh <i>Mall Perception</i> terhadap <i>Arousal</i>	81
5.1.1.3 Pengaruh <i>Product Perception</i> terhadap <i>Arousal</i>	81
5.1.1.4 Pengaruh <i>Arousal</i> terhadap <i>Pleasure</i>	82
5.1.1.5 Pengaruh <i>Pleasure</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	82
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	83
5.2 Implikasi.....	84
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	84
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	87
5.3 Rekomendasi.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tenant Di SUTOS.....	4
Gambar 1.2	Tenant Indoor di SUTOS.....	6
Gambar 1.3	Tenant Outdorr di SUTOS.....	6
Gambar 1.4	Event di SUTOS.....	7
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	19
Gambar 4.1:	Logo Surabaya Town Square.....	34
Gambar 4.2:	Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 4.3:	Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4.4:	<i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Behavioral Intentions</i>	52
Gambar 4.5:	<i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Pleasure</i>	53
Gambar 4.6:	<i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Arousal</i>	53
Gambar 4.7:	<i>P-plot</i> Uji Normalitas <i>Product Perception</i>	54
Gambar 4.8:	<i>Scatterplotm</i> Uji Heterokedastisitas <i>Behavioral Intentions</i>	55
Gambar 4.9:	<i>Scatterplotm</i> Uji Heterokedastisitas <i>Pleasure</i>	56
Gambar 4.10:	<i>Scatterplotm</i> Uji Heterokedastisitas <i>Arousal</i>	57
Gambar 4.11:	<i>Scatterplotm</i> Uji Heterokedastisitas <i>Product Perception</i>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar Pusat Perbelanjaan di Surabaya.....	2
Tabel 1.2 : Sigi Awal.....	5
Tabel 3.1 : Desain inti kuesioner.....	25
Tabel 3.2 : Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.3 : <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	33
Tabel 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 : Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 : Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	38
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden terhadap <i>Mall Perception</i>	38
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden terhadap <i>Product Perception</i>	39
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden terhadap <i>Arousal</i>	40
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden terhadap <i>Pleasure</i>	41
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	42
Tabel 4.9 : Penjelasan Responden terhadap <i>Mall Perception</i>	43
Tabel 4.10 : Penjelasan Responden terhadap <i>Product Perception</i>	44
Tabel 4.11 : Penjelasan Responden terhadap <i>Arousal</i>	45
Tabel 4.12 : Penjelasan Responden terhadap <i>Pleasure</i>	46
Tabel 4.13 : Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	48
Tabel 4.14 : Uji Validitas Variabel <i>Mall Perception</i>	49
Tabel 4.15 : Uji Validitas Variabel <i>Product Perception</i>	49
Tabel 4.16 : Uji Validitas Variabel <i>Arousal</i>	49
Tabel 4.17 : Uji Validitas Variabel <i>Pleasure</i>	49
Tabel 4.18 : Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	49
Tabel 4.19 : Uji Reliabilitas <i>Mall Perception</i>	50
Tabel 4.20 : Uji Reliabilitas <i>Product Perception</i>	50
Tabel 4.21 : Uji Reliabilitas <i>Arousal</i>	50
Tabel 4.22 : Uji Reliabilitas <i>Pleasure</i>	50
Tabel 4.23 : Uji Reliabilitas <i>Behavioral Intention</i>	50
Tabel 4.24 : Uji Normalitas P*BI.....	51
Tabel 4.25 : Uji Normalitas A*P	51

Tabel 4.26 : Uji Normalitas MP,PP*A	52
Tabel 4.27 : Uji Normalitas MP*PP	52
Tabel 4.28 : Hasil Uji Spearman's 1 (P*BI).....	55
Tabel 4.29 : Hasil Uji Spearman's 1 (A *P).....	56
Tabel 4.30 : Hasil Uji Spearman's 1 (MP,PP*A).....	57
Tabel 4.31 : Hasil Uji Spearman's 1 (MP*PP).....	58
Tabel 4.32 : Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (MP*PP).....	59
Tabel 4.33 : Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (MP,PP*A).....	59
Tabel 4.34 : Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (A *P).....	60
Tabel 4.35 : Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF (P*BI).....	60
Tabel 4.36 : Hasil Uji Linearitas Persamaan P*BI, A *P.....	60
Tabel 4.37 : Hasil Uji Linearitas Persamaan PP*A, MP*A, MP*PP.....	61
Tabel 4.38 : Hasil Uji Simple Regresi.....	61
Tabel 4.39 : Hasil Uji Regresi Berganda.....	62
Tabel 4.40 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi P*BI.....	64
Tabel 4.41 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi A *P.....	65
Tabel 4.42 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi MP, PP *A.....	65
Tabel 4.43 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi MP*PP.....	65
Tabel 4.44 : Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.45 : Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.46 : Indikator yang paling mempengaruhi <i>Mall Perception</i> terhadap <i>Product Perception</i> , dan <i>Arousal</i>	72
Tabel 4.47 : Indikator yang paling mempengaruhi <i>Product Perception</i> terhadap <i>Arousal</i>	73
Tabel 4.48 : Indikator yang paling mempengaruhi <i>Arousal</i> terhadap <i>Pleasure</i>	75
Tabel 4.49 : Indikator yang paling mempengaruhi <i>Pleasure</i> dan <i>Behavioral</i> <i>Intentions</i>	76
Tabel 4.50 : Indikator yang paling mempengaruhi <i>Behavioral Intentions</i>	77
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	: KUESIONER.....	A-1
Lampiran B	: INTERVIEW (SIGI AWAL).....	B-1
Lampiran C	: TABULASI DATA KUESIONER	C-1
Lampiran D	: STATISTIK DESKRIPTIF.....	D-1
Lampiran E	: ANALISIS KUALITAS DATA.....	E-1
Lampiran F	: UJI MODEL PENELITIAN.....	F-1
Lampiran G	: ANALISIS HIPOTESIS PENELITIAN.....	G-1