

## LAMPIRAN 1

### ❖ Interview Guide

#### Introduction

#### Purpose of Interview

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan topic mengenai pengalaman belanja yang menghibur bagi konsumen. Oleh karena itu, saya tertarik untuk mengetahui opini dan pandangan Anda mengenai pengalaman belanja Anda yang menghibur di pusat-pusat perbelanjaan di Jakarta. Saya sangat menghargai jika Anda bersedia meluangkan waktunya untuk berdiskusi mengenai topik ini.

#### Actual Questions

Pertanyaan umum seputar perilaku belanja

1. Apa tujuan utama Anda berbelanja?
2. Aktivitas yang paling Anda sukai ketika shopping?
3. Menurut Anda, mengapa shopping itu penting?
4. Menurut Anda, karakteristik mal seperti apa yang paling Anda sukai?

#### Pertanyaan Utama

1. Deskripsikan tentang pengalaman belanja yang sangat menghibur bagi Anda (mengapa aktivitas shopping itu bisa menghibur Anda?)
2. Faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi atau mendorong pengalaman belanja yang menyenangkan (entertaining shopping experience) bagi Anda ?
3. Apa peranan atribut moda transport/travel dalam entertaining shopping experiences?

4. Perjalanan belanja yang seperti apa yang Anda harapkan?(perjalanan dari rumah ke mal)
5. Menurut Anda seberapa penting keberadaan fasilitas entertainment di suatu mal (Bioskop, foodcourt) ? dan kenapa penting?
6. Apa yang bisa mendorong Anda untuk kembali lagi ke suatu mal?

#### ❖ Hasil Interview

Responden menggambarkan perjalanan belanja yang menyenangkan itu adalah ketika mereka datang ke mal, mereka dapat menghilangkan stress atau jenuh dalam aktivitas sehari-hari (21 kali disebutkan dalam wawancara), mereka juga mengharapkan kelengkapan fasilitas dan toko-toko yang ada di mal (16 kali), menikmati fasilitas entertainment di dalamnya seperti bioskop (13 kali), keberadaan program-program diskon di mal juga sangat menarik bagi mereka (11 kali), mereka juga senang berbelanja ke mal karena dapat bersosialisasi dengan keluarga dengan teman (10 kali), mereka di mal tidak hanya belanja, tapi juga dapat melihat-lihat produk (10 kali), kondisi keuangan yang mencukupi menjadi pendorong mereka menikmati perjalanan belanjanya (9 kali), mereka menyukai mal yang aman dan nyaman, faktor lain yang mendorong adalah mereka dapat memenuhi kebutuhannya di mal (8 kali), apalagi jika harga barang-barang di mal lebih murah (8 kali), keberadaan tempat makan juga sangat penting bagi mereka ketika di mal (7 kali).

Pernyataan-pernyataan di atas cukup sering disebutkan dalam wawancara terkait pengalaman belanja yang menyenangkan dan faktor-faktor yang mendorongnya. Masih ada beberapa hal yang menurut responden menjadi bagian dari pengalaman belanja mereka yang menyenangkan, namun hanya disebutkan beberapa kali dalam wawancara oleh responden, antara lain keberadaan event-event di suatu mal (5 kali), adanya musik yang

mengiringi aktivitas belanja mereka di mal (4 kali), mal yang pengunjunnya rame lebih mereka sukai (4 kali), mereka juga suka mal yang mewah atau terlihat elegan (4 kali), mal yang strategis dan dapat dimasuki semua kalangan (3 kali), tata lokasi toko yang rapi memudahkan mereka berbelanja (3 kali), kebersihan suatu mal (3 kali), pencahayaan di suatu mal juga penting (2 kali), keragaman produk (2 kali), adanya waktu luang mendorong mereka pergi ke ma (2 kali), kemudahan mendapatkan tempat parkir (2 kali), suasana mal yang adem (1 kali) dan responden dapat mempelajari gaya atau trend terbaru di mal (1 kali).

## LAMPIRAN 2

|               |
|---------------|
| No Kuesioner: |
|---------------|

### KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia jurusan Manajemen Pemasaran yang sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk *entertaining shopping experiences* melalui atribut *retailer*, *customer* dan *travel*.

Untuk keperluan penelitian ini, saya akan memberikan beberapa pertanyaan kepada Anda. Adapun jawaban dari setiap pertanyaan tidak ada yang benar maupun salah. Semua data yang Anda berikan akan dirahasiakan dan tidak dipublikasikan secara umum.

Terima kasih atas kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini.

Hormat Saya

Rina Febriani

#### **Bagian I : Perilaku Belanja**

Pilihlah salah satu jawaban di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang saudara pilih.

- |   |  |
|---|--|
| <p>1. Seberapa banyak frekuensi kunjungan Anda ke Mal dalam sebulan?</p> <p>a. Tidak sekali pun</p> <p>b. 1-2 kali</p> <p>c. 3-4 kali</p> <p>d. 5-6 kali</p> <p>e. &gt;6 kali</p>         | <p>d. Kebutuhansehari-hari (Supermarket/Hypermarket)</p> <p>e. Musik</p> <p>f. Stationary (buku, alat tulis)</p> <p>g. Video/film</p> <p>h. Batik/handicraft (souvenir)</p> <p>i. Toys/game</p> <p>j. Restoran/café</p> <p>k. Hiburan (bioskop, ice skating, dll)</p> <p>l. Furniture/hardware</p> <p>m. Elektronik (TV, Radio, DVD, dll)</p> <p>n. Lainnya, sebutkan.....</p> |
| <p>2. Jenis belanjaan yang paling menarik untuk Anda beli di Mal (Jawaban boleh lebih dari satu)</p> <p>a. Fashion (baju sepatu, perhiasan,dll)</p> <p>b. Kosmetik</p> <p>c. Olahraga</p> |  |

3. Berapakah besarnya rata-rata pengeluaran Anda ketika berbelanja di mal dalam setiap kali kunjungan?
- a. < Rp 50.000
- b. Rp 50.000 – Rp. 150.000
- c. Rp 150.000 – Rp 300.000
- d. Rp 300.000 – Rp 500.000
- e. Rp 500.000 – Rp 1.000.000
- f. Rp 1.000.000
- g. Lainnya,sebutkan.....

**Bagian II : Faktor pendorong pengalaman belanja yang menyenangkan.**

Pilihlah salah satu jawaban di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang saudara pilih.

Keterangan:

**STS: Sangat Tidak Setuju**

**TS :Tidak Setuju**

**R: Netral**

**S: Setuju**

**SS :Sangat Setuju**

| NO | PERNYATAAN  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1. | Keragaman/kelengkapan produk yang ditawarkan di suatu mall sangat penting bagi saya   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 2. | Keberadaan fasilitas hiburan yang lengkap di suatu mall sangat penting bagi saya (misalnya bioskop, game center, ice skating, dll).               | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 3. | Banyaknya waktu luang yang dimiliki menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi saya untuk berbelanja ke mall                                   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 4. | Sangat penting bagi saya mendatangi mall yang langsung satu kali perjalanan dari tempat saya.   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 5. | Sangat penting bagi saya mendatangi mall yang tidak menghabiskan banyak waktu dari tempat saya  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 6. | Tata lokasi toko yang rapi dan terstruktur <b><u>tidak terlalu penting</u></b> bagi saya ketika berbelanja di mall                                | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 7. | Mempelajari gaya atau trend yang terbaru dan juga mempelajari fitur-fitur suatu produk menjadi aktivitas sangat penting bagi saya ketika di mall. | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |
| 8. | Biaya perjalanan yang lebih murah menuju suatu mall menjadi pertimbangan sangat penting bagi saya.  | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |

|     |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|
|     |   |   |   |   |   |   |
| 9.  | Banyaknya kendaraan umum yang melalui suatu mall menjadi pertimbangan sangat penting bagi saya untuk mendatangnya.                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. | Keberadaan toko-toko di suatu mall yang sering mengadakan program promosi penjualan seperti diskon atau undian berhadiah sangat penting bagi saya | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. | Pencahayaan yang baik di suatu mall <b><u>tidak terlalu penting</u></b> bagi saya   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. | Ketersediaan sumber keuangan menjadi pertimbangan sangat penting ketika saya berbelanja ke mall   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. | Sangat penting bagi saya berkunjung ke mall untuk sekedar menghilangkan stress atau rasa jenuh.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. | Sangat penting bagi saya berkunjung ke mall karena dapat bersosialisasi dan berkumpul dengan teman-teman atau keluarga saya                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. | Sangat penting bagi saya untuk tidak harus menunggu lama sarana transportasi yang bisa membawa saya ke suatu mall                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. | Harga barang-barang yang murah menjadi pertimbangan sangat penting bagi saya ketika berbelanja di mall  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. | Kebersihan suatu mall <b><u>tidak terlalu penting</u></b> bagi saya   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. | Sangat penting bagi saya berkunjung ke mall untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang sudah saya rencanakan/membeli barang yang saya inginkan.    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. | Jarak suatu mall yang dekat dengan tempat saya menjadi pertimbangan sangat penting ketika memilih mall  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. | Kemudahan untuk memperoleh tempat parkir menjadi pertimbangan penting dalam berbelanja di mall  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. | Keberadaan food court atau restoran di suatu mall sangat penting bagi saya  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. | Keberadaan suatu acara atau perayaan yang sering  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|     |  |   |   |   |   |   |
|-----|--|---|---|---|---|---|
|     | diadakan di suatu mall sangat penting bagi saya  |   |   |   |   |   |
| 23. | Suhu yang nyaman di dalam sarana transportasi menuju suatu mall <b>tidak terlalu penting</b> bagi saya.                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. | Sarana transportasi yang tidak padat/berdesak-desakkan menuju suatu mall sangat penting bagi saya.                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. | Keberadaan pegawai yang ramah, kooperatif dan memberikan pelayanan yang memuaskan di suatu mall sangat penting bagi saya | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. | Perjalanan yang lancar dan tidak macet menuju suatu mall sangat penting bagi saya.                                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27. | perjalanan yang aman sangat penting bagi saya ketika mendatangi suatu mall.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28. | Susunan ruangan di suatu mall yang lebih terasa lega dan tidak penuh sesak sangat penting bagi saya                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29. | Kualitas udara yang sejuk/segar di suatu mall <b>tidak terlalu penting</b> bagi saya.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. | Keamanan dan kenyamanan di suatu mall sangat penting bagi saya   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31. | Melihat-lihat barang yang lucu dan unik <b>tidak terlalu penting</b> bagi saya ketika berbelanja di mall                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. | Saya harus menikmati perjalanan yang menyenangkan ketika akan mendatangi suatu mall.                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. | Banyaknya ragam toko atau kios yang ada di suatu mall sangat penting bagi saya   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### Bagian III : Profil Responden

1. Jenis kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia Anda sekarang
  - a. <20 tahun
  - b. 20-25 tahun
  - c. 25-30 tahun
  - d. 30-40 tahun
  - e. > 40 tahun
3. Pendidikan terakhir yang Anda tamatkan
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMU
  - d. D 3/Akademi atau sederajat
  - e. Sarjana S1
  - f. S2 dan S3

4. Pekerjaan Anda sekarang
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Karyawan Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. Ibu Rumah Tangga
  - f. Lainnya, sebutkan,,,
5. Status pernikahan Anda
  - a. Belum menikah
  - b. Menikah
  - c. Pernah Menikah
6. Wilayah tempat tinggal Anda
  - a. Jakarta Selatan
  - b. Jakarta Barat
  - c. Jakarta Utara
  - d. Jakarta Timur
  - e. Jakarta Pusat
  - f. Lainnya, sebutkan.....
7. Pengeluaran Anda dalam sebulan
  - a. <Rp 500.000
  - b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000
  - c. Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
  - d. Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000
  - e. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
  - f. > Rp 3.000.000 juta
8. Kepemilikan kendaraan
  - a. Memiliki kendaraan pribadi (mobil, motor, dan lain-lain)
  - b. Tidak memiliki kendaraan pribadi



### LAMPIRAN 3

#### ❖ Output Faktor Analisis Atribut Retailer, Customer dan Transport.

##### 1. Atribut Retailer

KMO and Bartlett's test

|  |         |
|--|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | .680    |
| Bartlett's Test of Approx. Chi-Square            | 490.119 |
| Sphericity                                       | Df      |
|  | 105     |
|  | Sig.    |
|  | .000    |

##### Communalities

|  | Initial | Extraction |
|--|---------|------------|
| Keragaman/kelengkapan produk yang ditawarkan mal   | 1.000   | .697       |
| Keberadaan fasilitas hiburan yang lengkap  | 1.000   | .685       |
| Tata lokasi toko yang rapi dan terstruktur   | 1.000   | .612       |
| Keberadaan toko-toko di suatu mall yang sering mengadakan program promosi penjualan seperti diskon atau undian berhadiah | 1.000   | .734       |
| Pencahayaan yang baik di suatu mall  | 1.000   | .725       |
| Harga barang-barang yang murah   | 1.000   | .707       |
| Kebersihan suatu mall  | 1.000   | .669       |
| Kemudahan untuk memperoleh tempat parkir   | 1.000   | .631       |
| Keberadaan food court atau restoran  | 1.000   | .536       |
| Keberadaan suatu acara atau perayaan yang sering diadakan di suatu mal   | 1.000   | .644       |
| Keberadaan pegawai yang ramah, kooperatif dan memberikan pelayanan yang memuaskan  | 1.000   | .640       |
| Susunan ruangan di suatu mall yang lebih terasa lega dan tidak penuh sesak   | 1.000   | .681       |
| Kualitas udara yang sejuk/segar di suatu mall  | 1.000   | .671       |
| Keamanan dan kenyamanan di suatu mall  | 1.000   | .733       |
| Banyaknya ragam toko atau kios yang ada di suatu mal   | 1.000   | .421       |

Extraction Method: Principal Component Analysis

### Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues |               |              | Extraction Sums of Squared Loadings |               |              | Rotation Sums of Squared Loadings |               |              |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
|           | Total               | % of Variance | Cumulative % | Total                               | % of Variance | Cumulative % | Total                             | % of Variance | Cumulative % |
| 1         | 3.485               | 23.230        | 23.230       | 3.485                               | 23.230        | 23.230       | 2.312                             | 15.415        | 15.415       |
| 2         | 1.667               | 11.115        | 34.345       | 1.667                               | 11.115        | 34.345       | 1.600                             | 10.669        | 26.084       |
| 3         | 1.310               | 8.730         | 43.076       | 1.310                               | 8.730         | 43.076       | 1.549                             | 10.324        | 36.408       |
| 4         | 1.173               | 7.823         | 50.898       | 1.173                               | 7.823         | 50.898       | 1.492                             | 9.948         | 46.356       |
| 5         | 1.099               | 7.328         | 58.227       | 1.099                               | 7.328         | 58.227       | 1.432                             | 9.545         | 55.902       |
| 6         | 1.051               | 7.009         | 65.236       | 1.051                               | 7.009         | 65.236       | 1.400                             | 9.334         | 65.236       |
| 7         | .824                | 5.491         | 70.726       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 8         | .763                | 5.088         | 75.814       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 9         | .693                | 4.622         | 80.436       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 10        | .673                | 4.486         | 84.922       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 11        | .596                | 3.977         | 88.898       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 12        | .546                | 3.643         | 92.541       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 13        | .451                | 3.006         | 95.548       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 14        | .379                | 2.525         | 98.073       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 15        | .289                | 1.927         | 100.000      |                                     |               |              |                                   |               |              |

### Rotated Component Matrix(a)

|   | Component |       |       |       |       |       |
|---|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
|   | 1         | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     |
| Keragaman/kelengkapan produk yang ditawarkan di suatu mall                        | .082      | .210  | -.109 | .015  | .166  | .779  |
| Keberadaan fasilitas hiburan yang lengkap di suatu mall                           | .110      | -.196 | .265  | .222  | -.063 | .715  |
| Tata lokasi toko yang rapi dan terstruktur  | .089      | .735  | .199  | -.067 | -.095 | .108  |
| Keberadaan toko-toko yang sering mengadakan diskon atau undian berhadiah          | .140      | .247  | -.097 | .770  | .219  | -.052 |
| Pencahayaannya yang baik di suatu mall  | .046      | .836  | .088  | .096  | .076  | -.018 |
| Harga barang-barang yang murah  | .063      | -.084 | .023  | .046  | .832  | .039  |
| Kebersihan suatu mall   | .146      | .094  | .792  | .082  | .037  | -.067 |
| Kemudahan untuk memperoleh tempat parkir  | .231      | .073  | .155  | .048  | .733  | .092  |
| Keberadaan food court atau restoran di suatu mall                                 | .265      | -.317 | .348  | .436  | .167  | .164  |
| Keberadaan suatu acara atau perayaan yang sering diadakan di suatu mall           | .017      | -.108 | .052  | .755  | -.106 | .217  |
| Keberadaan pegawai yang ramah, kooperatif dan memberikan pelayanan yang memuaskan | .775      | .024  | .167  | .081  | .055  | .045  |
| Susunan ruangan di suatu mall yang lebih terasa lega dan tidak penuh sesak        | .759      | .006  | .253  | .172  | .092  | -.049 |
| Kualitas udara yang sejuk/segar di suatu mall                                     | .105      | .250  | .734  | -.096 | .140  | .172  |
| Keamanan dan kenyamanan di suatu mall   | .830      | .048  | -.056 | -.063 | .135  | .127  |
| Banyaknya ragam toko atau kios yang ada di suatu mall                             | .488      | .137  | .028  | .125  | .138  | .359  |

## 2. Atribut Customer

### KMO and Bartlett's Test

|  |        |
|--|--------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | .600   |
| Bartlett's Test of Approx. Chi-Square            | 77.777 |
| Sphericity Df                                    | 21     |
| Sig.   | .000   |

### Communalities

|   | Initial | Extraction |
|---|---------|------------|
| Banyaknya waktu luang yang dimiliki   | 1.000   | .790       |
| Mempelajari gaya atau trend yang terbaru dan juga mempelajari fitur-fitur suatu produk                                | 1.000   | .478       |
| Ketersediaan sumber keuangan  | 1.000   | .659       |
| berkunjung ke mall untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang sudah saya rencanakan/membeli barang yang saya inginkan. | 1.000   | .311       |
| berkunjung ke mall untuk sekedar menghilangkan stress atau rasa jenuh.  | 1.000   | .563       |
| berkunjung ke mall karena dapat bersosialisasi dan berkumpul dengan teman-teman atau keluarga saya                    | 1.000   | .629       |
| Melihat-lihat barang yang lucu dan unik   | 1.000   | .617       |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues |               |              | Extraction Sums of Squared Loadings |               |              | Rotation Sums of Squared Loadings |               |              |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
|           | Total               | % of Variance | Cumulative % | Total                               | % of Variance | Cumulative % | Total                             | % of Variance | Cumulative % |
| 1         | 1.819               | 25.984        | 25.984       | 1.819                               | 25.984        | 25.984       | 1.738                             | 24.832        | 24.832       |
| 2         | 1.202               | 17.165        | 43.149       | 1.202                               | 17.165        | 43.149       | 1.201                             | 17.159        | 41.991       |
| 3         | 1.027               | 14.677        | 57.825       | 1.027                               | 14.677        | 57.825       | 1.108                             | 15.834        | 57.825       |
| 4         | .956                | 13.654        | 71.479       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 5         | .757                | 10.814        | 82.293       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 6         | .626                | 8.943         | 91.236       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 7         | .613                | 8.764         | 100.000      |                                     |               |              |                                   |               |              |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix(a)**

|   | Component |       |       |
|---|-----------|-------|-------|
|   | 1         | 2     | 3     |
| Banyaknya waktu luang yang dimiliki   | .052      | .016  | .887  |
| Mempelajari gaya atau trend yang terbaru dan juga mempelajari fitur-fitur suatu produk                                | .651      | -.024 | .233  |
| Ketersediaan sumber keuangan  | .191      | .738  | .279  |
| berkunjung ke mall untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang sudah saya rencanakan/membeli barang yang saya inginkan. | .504      | .048  | .234  |
| berkunjung ke mall untuk sekedar menghilangkan stress atau rasa jenuh.  | .704      | -.224 | -.131 |
| berkunjung ke mall karena dapat bersosialisasi dan berkumpul dengan teman-teman atau keluarga saya                    | .656      | .400  | -.198 |
| Melihat-lihat barang yang lucu dan unik di mal  | .310      | -.666 | .279  |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

### 3. Atribut Transport/Travel

#### KMO and Bartlett's Test

|  |                    |         |
|--|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | .715    |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 412.632 |
|  | Df                 | 55      |
|  | Sig.               | .000    |

## Communalities

|  | Initial | Extraction |
|--|---------|------------|
| mendatangi mall yang langsung satu kali perjalanan dari tempat saya.               | 1.000   | .733       |
| mendatangi mall yang tidak menghabiskan banyak waktu dari tempat saya              | 1.000   | .684       |
| Biaya perjalanan yang lebih murah menuju suatu mall                                | 1.000   | .669       |
| Banyaknya kendaraan umum yang melalui suatu mall                                   | 1.000   | .601       |
| tidak harus menunggu lama sarana transportasi yang bisa membawa saya ke suatu mall | 1.000   | .487       |
| Jarak suatu mall yang dekat dengan tempat saya                                     | 1.000   | .445       |
| Suhu yang nyaman di dalam sarana transportasi menuju suatu mall                    | 1.000   | .788       |
| Perjalanan yang lancar dan tidak macet menuju suatu mal                            | 1.000   | .740       |
| perjalanan yang aman menuju mal  | 1.000   | .723       |
| mendatangi mall yang dalam perjalanannya terasa menyenangkan                       | 1.000   | .627       |
| Sarana transportasi yang tidak padat/berdesak-desakkan menuju suatu mall.          | 1.000   | .600       |

## Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues |               |              | Extraction Sums of Squared Loadings |               |              | Rotation Sums of Squared Loadings |               |              |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
|           | Total               | % of Variance | Cumulative % | Total                               | % of Variance | Cumulative % | Total                             | % of Variance | Cumulative % |
| 1         | 3.137               | 28.521        | 28.521       | 3.137                               | 28.521        | 28.521       | 2.124                             | 19.307        | 19.307       |
| 2         | 1.784               | 16.216        | 44.736       | 1.784                               | 16.216        | 44.736       | 1.906                             | 17.325        | 36.632       |
| 3         | 1.154               | 10.492        | 55.228       | 1.154                               | 10.492        | 55.228       | 1.730                             | 15.729        | 52.361       |
| 4         | 1.024               | 9.305         | 64.533       | 1.024                               | 9.305         | 64.533       | 1.339                             | 12.173        | 64.533       |
| 5         | .792                | 7.201         | 71.734       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 6         | .745                | 6.771         | 78.504       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 7         | .647                | 5.878         | 84.382       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 8         | .588                | 5.342         | 89.724       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 9         | .429                | 3.899         | 93.624       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 10        | .378                | 3.434         | 97.058       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 11        | .324                | 2.942         | 100.000      |                                     |               |              |                                   |               |              |

## Rotated Component Matrix(a)

|  | Component |       |       |       |
|--|-----------|-------|-------|-------|
|  | 1         | 2     | 3     | 4     |
| mendatangi mall yang langsung satu kali perjalanan dari tempat saya.               | .046      | .244  | .818  | -.051 |
| mendatangi mall yang tidak menghabiskan banyak waktu dari tempat saya              | -.011     | .433  | .703  | -.035 |
| Biaya perjalanan yang lebih murah menuju suatu mall.                               | .169      | .771  | .193  | -.097 |
| Banyaknya kendaraan umum yang melalui suatu mall.                                  | .075      | .750  | .013  | .183  |
| tidak harus menunggu lama sarana transportasi yang bisa membawa saya ke suatu mall | .296      | .090  | .311  | .543  |
| Jarak suatu mall yang dekat dengan tempat saya                                     | .131      | .570  | .311  | .080  |
| Suhu yang nyaman di dalam sarana transportasi                                      | .041      | .086  | -.146 | .870  |
| Perjalanan yang lancar dan tidak macet menuju suatu mal                            | .847      | .077  | .055  | .119  |
| perjalanan yang aman.  | .828      | .159  | .095  | -.066 |
| mendatangi mall yang dalam perjalanannya terasa menyenangkan                       | .245      | -.350 | .550  | .378  |
| Sarana transportasi yang tidak padat/berdesak-desakkan.                            | .720      | .089  | .015  | .269  |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

### ❖ Output ANOVA dan Independent Sample t-test

**1. Usia**

| Faktor  |                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.  |
|---|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan Kenyamanan Mal           | Between Groups | 2.109          | 4   | 0.527       | 3.366 | 0.011 |
|   | Within Groups  | 25.843         | 165 | 0.157       |       |       |
|   | Total          | 27.952         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko                                       | Between Groups | 1.969          | 4   | 0.492       | 0.996 | 0.412 |
|   | Within Groups  | 81.591         | 165 | 0.494       |       |       |
|   | Total          | 83.560         | 169 |             |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir  | Between Groups | 0.988          | 4   | 0.247       | 0.982 | 0.419 |
|   | Within Groups  | 41.490         | 165 | 0.251       |       |       |
|   | Total          | 42.478         | 169 |             |       |       |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                              | Between Groups | 0.501          | 4   | 0.125       | 0.840 | 0.502 |
|   | Within Groups  | 24.628         | 165 | 0.149       |       |       |
|   | Total          | 25.129         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Ketersediaan waktu luang                          | Between Groups | 1.597          | 4   | 0.399       | 0.419 | 0.795 |
|   | Within Groups  | 156.306        | 164 | 0.953       |       |       |
|   | Total          | 157.903        | 168 |             |       |       |
| Transport/Travel<br>1.Faktor Kelancaran&Keamanan Perjalanan | Between Groups | 1.469          | 4   | 0.367       | 1.944 | 0.106 |
|   | Within Groups  | 31.181         | 165 | 0.189       |       |       |
|   | Total          | 32.650         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi perjalanan                              | Between Groups | 1.386          | 4   | 0.346       | 1.554 | 0.189 |
|   | Within Groups  | 36.781         | 165 | 0.223       |       |       |
|   | Total          | 38.167         | 169 |             |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 2.309          | 4   | 0.577       | 1.066 | 0.375 |
|   | Within Groups  | 89.355         | 165 | 0.542       |       |       |
|   | Total          | 91.664         | 169 |             |       |       |

**2. Pendidikan**

| Faktor  |                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.  |
|---|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan Kenyamanan Mal | Between Groups | 0.644          | 5   | 0.129       | 0.773 | 0.570 |
|   | Within Groups  | 27.308         | 164 | 0.167       |       |       |
|   | Total          | 27.952         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko                             | Between Groups | 1.235          | 5   | 0.247       | 0.492 | 0.782 |
|   | Within Groups  | 82.325         | 164 | 0.502       |       |       |
|   | Total          | 83.560         | 169 |             |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir                                | Between Groups | 2.200          | 5   | 0.440       | 1.791 | 0.117 |
|   | Within Groups  | 40.278         | 164 | 0.246       |       |       |
|   | Total          | 42.478         | 169 |             |       |       |
| Customer<br>2. Faktor Keuangan                    | Between Groups | 1.552          | 5   | 0.310       | 0.807 | 0.546 |
|   | Within Groups  | 63.100         | 164 | 0.385       |       |       |
|   | Total          | 64.652         | 169 |             |       |       |
| 3. Faktor Ketersediaan waktu luang                | Between Groups | 11.709         | 5   | 2.342       | 2.611 | 0.027 |
|   | Within Groups  | 146.194        | 163 | 0.897       |       |       |
|   |                |                |     |             |       |       |

|   |                |         |     |       |       |       |
|---|----------------|---------|-----|-------|-------|-------|
|   | Total          | 157.903 | 168 |       |       |       |
| Transport/Travel<br>1.Faktor<br>Kelancaran&Keamanan<br>Perjalanan | Between Groups | 0.551   | 5   | 0.110 | 0.563 | 0.729 |
|   | Within Groups  | 32.099  | 164 | 0.196 |       |       |
|   | Total          | 32.650  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi<br>perjalanan                                 | Between Groups | 2.386   | 5   | 0.477 | 2.188 | 0.058 |
|   | Within Groups  | 35.780  | 164 | 0.218 |       |       |
|   | Total          | 38.167  | 169 |       |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 6.591   | 5   | 1.318 | 2.541 | 0.030 |
|   | Within Groups  | 85.073  | 164 | 0.519 |       |       |
|   | Total          | 91.664  | 169 |       |       |       |

### 3.Pekerjaan

| Faktor  |                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.  |
|---|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan<br>Kenyamanan Mal              | Between Groups | 0.968          | 4   | 0.242       | 1.653 | 0.163 |
|   | Within Groups  | 24.161         | 165 | 0.146       |       |       |
|   | Total          | 25.129         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko   | Between Groups | 2.164          | 4   | 0.541       | 1.097 | 0.360 |
|   | Within Groups  | 81.396         | 165 | 0.493       |       |       |
|   | Total          | 83.560         | 169 |             |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir  | Between Groups | 2.200          | 5   | 0.440       | 1.791 | 0.117 |
|   | Within Groups  | 40.278         | 164 | 0.246       |       |       |
|   | Total          | 42.478         | 169 |             |       |       |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                                    | Between Groups | 1.127          | 4   | 0.282       | 0.732 | 0.571 |
|   | Within Groups  | 63.525         | 165 | 0.385       |       |       |
|   | Total          | 64.652         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Ketersediaan<br>waktu luang                             | Between Groups | 3.413          | 4   | 0.853       | 0.906 | 0.462 |
|   | Within Groups  | 154.490        | 164 | 0.942       |       |       |
|   | Total          | 157.903        | 168 |             |       |       |
| Transport/Travel<br>1.Faktor<br>Kelancaran&Keamanan<br>Perjalanan | Between Groups | 0.525          | 4   | 0.131       | 0.673 | 0.611 |
|   | Within Groups  | 32.125         | 165 | 0.195       |       |       |
|   | Total          | 32.650         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi<br>perjalanan                                 | Between Groups | 0.589          | 4   | 0.147       | 0.646 | 0.630 |
|   | Within Groups  | 37.578         | 165 | 0.228       |       |       |
|   | Total          | 38.167         | 169 |             |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 1.058          | 4   | 0.265       | 0.482 | 0.749 |
|   | Within Groups  | 90.606         | 165 | 0.549       |       |       |
|   | Total          | 91.664         | 169 |             |       |       |

### 4.Status Pernikahan

| Faktor |  | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------|--|----------------|----|-------------|---|------|
|--------|--|----------------|----|-------------|---|------|



|   |                |         |     |       |       |       |
|---|----------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan Kenyamanan Mal           | Between Groups | 0.005   | 2   | 0.002 | 0.014 | 0.986 |
|   | Within Groups  | 27.947  | 167 | 0.167 |       |       |
|   | Total          | 27.952  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko                                       | Between Groups | 0.328   | 2   | 0.164 | 0.329 | 0.720 |
|   | Within Groups  | 83.232  | 167 | 0.498 |       |       |
|   | Total          | 83.560  | 169 |       |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir  | Between Groups | 2.568   | 2   | 1.284 | 5.372 | 0.005 |
|   | Within Groups  | 39.910  | 167 | 0.239 |       |       |
|   | Total          | 42.478  | 169 |       |       |       |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                              | Between Groups | 0.690   | 2   | 0.345 | 0.900 | 0.408 |
|   | Within Groups  | 63.963  | 167 | 0.383 |       |       |
|   | Total          | 64.652  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Ketersediaan waktu luang                          | Between Groups | 0.306   | 2   | 0.153 | 0.161 | 0.851 |
|   | Within Groups  | 157.597 | 166 | 0.949 |       |       |
|   | Total          | 157.903 | 168 |       |       |       |
| Transport/Travel<br>1.Faktor Kelancaran&Keamanan Perjalanan | Between Groups | 0.055   | 2   | 0.027 | 0.140 | 0.869 |
|   | Within Groups  | 32.595  | 167 | 0.195 |       |       |
|   | Total          | 32.650  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi perjalanan                              | Between Groups | 1.015   | 2   | 0.508 | 2.281 | 0.105 |
|   | Within Groups  | 37.152  | 167 | 0.222 |       |       |
|   | Total          | 38.167  | 169 |       |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 1.917   | 2   | 0.959 | 1.784 | 0.171 |
|   | Within Groups  | 89.747  | 167 | 0.537 |       |       |
|   | Total          | 91.664  | 169 |       |       |       |

### 5. Wilayah Tempat Tinggal

| Faktor  |                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.  |
|---|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan Kenyamanan Mal | Between Groups | 0.398          | 6   | 0.066       | 0.393 | 0.883 |
|   | Within Groups  | 27.554         | 163 | 0.169       |       |       |
|   | Total          | 27.952         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko                             | Between Groups | 1.236          | 6   | 0.206       | 0.408 | 0.873 |
|   | Within Groups  | 82.324         | 163 | 0.505       |       |       |
|   | Total          | 83.560         | 169 |             |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir                                | Between Groups | 0.803          | 6   | 0.134       | 0.523 | 0.790 |
|   | Within Groups  | 41.675         | 163 | 0.256       |       |       |
|   | Total          | 42.478         | 169 |             |       |       |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                    | Between Groups | 2.670          | 6   | 0.445       | 1.170 | 0.325 |
|   | Within Groups  | 61.983         | 163 | 0.380       |       |       |
|   | Total          | 64.652         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Ketersediaan waktu luang                | Between Groups | 11.076         | 6   | 1.846       | 2.037 | 0.064 |
|   | Within Groups  | 146.827        | 162 | 0.906       |       |       |
|   | Total          | 157.903        | 168 |             |       |       |

|   |                |        |     |       |       |       |
|---|----------------|--------|-----|-------|-------|-------|
| Transport/Travel<br>1.Faktor<br>Kelancaran&Keamanan<br>Perjalanan | Between Groups | 0.879  | 6   | 0.146 | 0.752 | 0.609 |
|   | Within Groups  | 31.771 | 163 | 0.195 |       |       |
|   | Total          | 32.650 | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi<br>perjalanan                                 | Between Groups | 0.714  | 6   | 0.119 | 0.518 | 0.794 |
|   | Within Groups  | 37.452 | 163 | 0.230 |       |       |
|   | Total          | 38.167 | 169 |       |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 1.976  | 6   | 0.329 | 0.598 | 0.731 |
|   | Within Groups  | 89.688 | 163 | 0.550 |       |       |
|   | Total          | 91.664 | 169 |       |       |       |

### 6.Pengeluaran

| Faktor  |                | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.  |
|---|----------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan<br>dan Kenyamanan Mal              | Between Groups | 0.597          | 5   | 0.119       | 0.716 | 0.612 |
|   | Within Groups  | 27.355         | 164 | 0.167       |       |       |
|   | Total          | 27.952         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko   | Between Groups | 2.339          | 5   | 0.468       | 0.945 | 0.454 |
|   | Within Groups  | 81.221         | 164 | 0.495       |       |       |
|   | Total          | 83.560         | 169 |             |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir  | Between Groups | 1.505          | 5   | 0.301       | 1.205 | 0.309 |
|   | Within Groups  | 40.973         | 164 | 0.250       |       |       |
|   | Total          | 42.478         | 169 |             |       |       |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                                    | Between Groups | 1.862          | 5   | 0.372       | 0.973 | 0.436 |
|   | Within Groups  | 62.790         | 164 | 0.383       |       |       |
|   | Total          | 64.652         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Ketersediaan<br>waktu luang                             | Between Groups | 0.980          | 5   | 0.196       | 0.204 | 0.961 |
|   | Within Groups  | 156.923        | 163 | 0.963       |       |       |
|   | Total          | 157.903        | 168 |             |       |       |
| Transport/Travel<br>1.Faktor<br>Kelancaran&Keamanan<br>Perjalanan | Between Groups | 0.535          | 5   | 0.107       | 0.547 | 0.741 |
|   | Within Groups  | 32.115         | 164 | 0.196       |       |       |
|   | Total          | 32.650         | 169 |             |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi<br>perjalanan                                 | Between Groups | 0.677          | 5   | 0.135       | 0.592 | 0.706 |
|   | Within Groups  | 37.490         | 164 | 0.229       |       |       |
|   | Total          | 38.167         | 169 |             |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 0.818          | 5   | 0.164       | 0.295 | 0.915 |
|   | Within Groups  | 90.846         | 164 | 0.554       |       |       |
|   | Total          | 91.664         | 169 |             |       |       |

### 7.Kepemilikan Kendaraan

| Faktor |  | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------|--|----------------|----|-------------|---|------|
|--------|--|----------------|----|-------------|---|------|

|   |                |         |     |       |       |       |
|---|----------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan Kenyamanan Mal           | Between Groups | 0.089   | 1   | 0.089 | 0.534 | 0.466 |
|   | Within Groups  | 27.863  | 168 | 0.166 |       |       |
|   | Total          | 27.952  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Desain Toko                                       | Between Groups | 0.535   | 1   | 0.535 | 1.082 | 0.300 |
|   | Within Groups  | 83.025  | 168 | 0.494 |       |       |
|   | Total          | 83.560  | 169 |       |       |       |
| 3. Faktor Atmosfir  | Between Groups | 0.096   | 1   | 0.096 | 0.379 | 0.539 |
|   | Within Groups  | 42.382  | 168 | 0.252 |       |       |
|   | Total          | 42.478  | 169 |       |       |       |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                              | Between Groups | 1.009   | 1   | 1.009 | 2.662 | 0.105 |
|   | Within Groups  | 63.644  | 168 | 0.379 |       |       |
|   | Total          | 64.652  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Ketersediaan waktu luang                          | Between Groups | 0.577   | 1   | 0.577 | 0.613 | 0.435 |
|   | Within Groups  | 157.326 | 167 | 0.942 |       |       |
|   | Total          | 157.903 | 168 |       |       |       |
| Transport/Travel<br>1.Faktor Kelancaran&Keamanan Perjalanan | Between Groups | 0.007   | 1   | 0.007 | 0.037 | 0.848 |
|   | Within Groups  | 32.643  | 168 | 0.194 |       |       |
|   | Total          | 32.650  | 169 |       |       |       |
| 2. Faktor Efisiensi perjalanan                              | Between Groups | 0.012   | 1   | 0.012 | 0.053 | 0.819 |
|   | Within Groups  | 38.155  | 168 | 0.227 |       |       |
|   | Total          | 38.167  | 169 |       |       |       |
| 3.Faktor Usaha  | Between Groups | 0.625   | 1   | 0.625 | 1.154 | 0.284 |
|   | Within Groups  | 91.039  | 168 | 0.542 |       |       |
|   | Total          | 91.664  | 169 |       |       |       |

#### ❖ Output Independent Sample t-test

#### 8. Jenis Kelamin

| Faktor  |                            | Levene's Test for Equality of Variances |       | t-test for Equality of Means |          |                 |
|---|----------------------------|---|-------|------------------------------|----------|-----------------|
|   |                            | F                                       | Sig.  | t                            | df       | Sig. (2-tailed) |
| Retailer<br>1. Faktor Keamanan dan Kenyamanan Mal           | Equal variance assumed     | 0.006                                   | 0.939 | -0.129                       | 168      | 0.897           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | -0.133                       | 139.876  | 0.894           |
| 2. Faktor Desain Toko                                       | Equal variance assumed     | 1.705                                   | 0.193 | -1.548                       | 168      | 0.124           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | -1.481                       | 111.8    | 0.141           |
| 3. Faktor Atmosfir  | Equal variance assumed     | 0.283                                   | 0.596 | 0.358                        | 168      | 0.721           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | 0.347                        | 115.533  | 0.729           |
| Customer<br>1. Faktor Keuangan                              | Equal variance assumed     | 1.132                                   | 0.289 | 0.011                        | 168      | 0.991           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | 0.011                        | 113.2483 | 0.991           |
| 2. Faktor Ketersediaan waktu luang                          | Equal variance assumed     | 3.304                                   | 0.071 | -0.535                       | 167      | 0.594           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | -0.510                       | 107.783  | 0.611           |
| Transport/Travel<br>1.Faktor Kelancaran&Keamanan Perjalanan | Equal variance assumed     | 0.003                                   | 0.958 | -0.135                       | 168      | 0.893           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | -0.133                       | 121.613  | 0.895           |
| 2. Faktor Efisiensi perjalanan                              | Equal variance assumed     | 0.672                                   | 0.413 | 0.081                        | 168      | 0.936           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | 0.078                        | 115.0423 | 0.938           |
| 3.Faktor Usaha  | Equal variance assumed     | 0.110                                   | 0.740 | 0.045                        | 168      | 0.964           |
|   | Equal variance not assumed |   |       | 0.045                        | 121.026  | 0.964           |