

BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Penelitian

4.1.1 Pelaksanaan *Pre-test*

Untuk menguji konstruk pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner, peneliti melakukan *pre-test* kepada 30 responden yang sesuai dengan syarat sampel penelitian. Sebenarnya pertanyaan-pertanyaan yang ada merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Hunter (2006). Namun, terdapat satu pertanyaan tambahan untuk variabel frekuensi kunjungan konsumen, sehingga dilakukan *pre-test* untuk memeriksa validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan *SPSS 15*.

Uji reliabilitas akan menunjukkan bahwa indikator-indikator memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel latennya. Syaratnya yaitu *cronbach's alpha* (α) sebesar 0,6. Sedangkan, uji validitas adalah pengujian analisis faktor berdasarkan variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini. Persyaratan untuk uji validitas yaitu sebesar $\geq 0,5$. Tabel 4-1 telah menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memiliki reliabilitas dan validitas yang baik. Sehingga, pelaksanaan survei dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner yang sesungguhnya dan kemudian dilakukan pengujian metode SEM dengan *Lisrel 8.7*.

Tabel 4-1 *Pre-Testing* : Hasil Uji Reliabilitas & Validitas

Variabel Laten	Indikator	Cronbach's Alpha	KMO & Bartlett's Test
Citra Pusat Perbelanjaan	A1	0,895	0,667
	A2		
	A3		
	A4		

(Sambungan Tabel 4-1 *Pre-Testing* : Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas)

Citra Pusat Perbelanjaan (Lanjutan)	A5	0,923	0,835
	A6		
	A7		
	A8		
	A9		
	A10		
	A11		
	A12		
	A13		
	A14		
	A15		
	A16		
	Emosi Terantisipasi Positif		
B2			
B3			
B4			
B5			
B6			
B7			
Keinginan Berkunjung	C1	0,619	0,535
	C2		
	C3		
Niat Berkunjung	D1	0,780	0,635
	D2		
	D3		
Frekuensi Kunjungan Konsumen	E1	0,879	0,500
	E2		

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti

4.1.2 Pelaksanaan Survei

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Senayan City, Jakarta Pusat. Sedangkan, syarat sampel penelitian yaitu mahasiswa perguruan tinggi, berumur 17-24 tahun, merupakan penduduk Jakarta, dan pernah berkunjung ke Senayan City Jakarta dalam tiga minggu terakhir sebelum kuesioner dibagikan.

Periode penyebaran kuesioner dimulai pada pertengahan bulan Mei 2009. Penelitian sedianya dilaksanakan di Senayan City dengan menyebarkan kepada para pengunjung mahasiswa, namun peneliti menemukan kesulitan dalam hal izin penelitian oleh pihak manajemen Senayan City. Oleh karena itu, peneliti memutuskan menggunakan *convenient sampling*, yaitu menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa perguruan tinggi dengan menemui langsung di kampus, menitipkan pada teman universitas lain, dan menggunakan *e-mail*. Teknik ini dipilih juga dikarenakan untuk lebih menghemat biaya, waktu, dan tenaga peneliti.

Pada mulanya kuesioner disebarakan kepada 180 responden, tetapi setelah *screening* awal akhirnya terpilih 155 responden yang mengisi kuesioner sesuai dengan persyaratan penelitian. Kemudian, data mentah dimasukkan dan diolah menggunakan *SPSS 15*, sehingga dihasilkan tabel frekuensi berisikan profil responden. Pengujian kecocokan data, validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis penelitian selanjutnya akan diproses dengan menggunakan program *Lisrel 8.7*.

4.2 Profil Responden

Tabel 4-2 adalah hasil pengolahan SPSS yang menunjukkan frekuensi profil responden mahasiswa yang menjadi sampel penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, hasil menunjukkan bahwa responden wanita memiliki porsi lebih besar daripada pria untuk penelitian ini. Sedangkan dari segi usia, responden berusia 21 tahun adalah jumlah terbanyak yang berpartisipasi dalam penelitian, dan partisipasi terkecil adalah dari usia 17 tahun.

Menurut wilayah tempat tinggal, responden yang bertempat tinggal di Jakarta Selatan menyumbang proporsi terbanyak dalam penelitian, dan proporsi terkecil yaitu responden yang berasal dari wilayah Jakarta Utara. Kemudian, jika dilihat dari asal universitas, maka mahasiswa UI merupakan sampel penelitian

terbanyak dan frekuensi sampel terkecil yaitu mahasiswa yang berasal dari unviersitas lainnya, di luar dari yang tertera dalam pilihan jawaban kuesioner penelitian. Terakhir, ditinjau dari segi total pengeluaran per bulan, maka mahasiswa dengan total pengeluaran per bulan Rp. 401.000-700.00 adalah proporsi sampel terbanyak dibandingkan yang lainnya. Dan presentase terkecil direpresentasikan oleh mahasiswa dengan total pengeluaran per bulan yaitu Rp. 100.000-400.000.

Tabel 4-2 Profil Responden

No.	Profil Demografis Responden	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	50	32,26 %
		Perempuan	105	67,74 %
2	Usia	17 tahun	6	3,87 %
		18 tahun	20	12,90 %
		19 tahun	26	16,77 %
		20 tahun	20	12,90 %
		21 tahun	52	33,55 %
		> 21 tahun	31	20 %
3	Wilayah Tempat Tinggal	Jakarta Selatan	89	57,42 %
		Jakarta Barat	12	7,74 %
		Jakarta Timur	34	21,94 %
		Jakarta Pusat	14	3,87 %
		Jakarta Utara	6	9,03 %
4	Asal Universitas	Universitas Indonesia	90	58,06 %
		Univ. Trisakti	17	10,97 %
		Univ. Atmajaya	11	7,10 %

(Sambungan Tabel 4-2 Profil Responden)

4	Asal Universitas	Univ. Prof. Dr. Moestopo	19	12,26 %
		Univ. Bina Nusantara	10	6,45 %
		Universitas Lainnya	8	5,16 %
5	Total Pengeluaran per Bulan	Rp.100.000 – 400.000	14	9,03 %
		Rp. 400.001 – 700.000	43	27,74 %
		Rp. 700.001 – 1.000.000	42	27,10 %
		Rp. 1.000.001 – 1.300.000	27	17,42 %
		> Rp. 1.300.000	29	18,71 %.

Sumber: *Output SPSS* hasil olahan peneliti

4.3 Spesifikasi Model

4.3.1 Spesifikasi Model Pengukuran

Tabel 4-3 adalah spesifikasi model awal persamaan model pengukuran yang berupa notasi matematik.

Tabel 4-3 Persamaan Model Pengukuran

No.	Variabel Laten	Indikator	Persamaan Matematik
1	Citra Pusat Perbelanjaan	X1	$X1 = \lambda_{x_1} * \xi_1 + \delta_1$
		X2	$X2 = \lambda_{x_2} * \xi_1 + \delta_2$
		X3	$X3 = \lambda_{x_3} * \xi_1 + \delta_3$
		X4	$X4 = \lambda_{x_4} * \xi_1 + \delta_4$
		X5	$X5 = \lambda_{x_5} * \xi_1 + \delta_5$
		X6	$X6 = \lambda_{x_6} * \xi_1 + \delta_6$
		X7	$X7 = \lambda_{x_7} * \xi_1 + \delta_7$
		X8	$X8 = \lambda_{x_8} * \xi_1 + \delta_8$
		X9	$X9 = \lambda_{x_9} * \xi_1 + \delta_9$

(Sambungan Tabel 4-3 Persamaan Model Pengukuran)

1	Citra Pusat Perbelanjaan	X10	$X10 = \lambda x_{10} * \xi_1 + \delta_{10}$
		X11	$X11 = \lambda x_{11} * \xi_1 + \delta_{11}$
		X12	$X12 = \lambda x_{12} * \xi_1 + \delta_{12}$
		X13	$X13 = \lambda x_{13} * \xi_1 + \delta_{13}$
		X14	$X14 = \lambda x_{14} * \xi_1 + \delta_{14}$
		X15	$X15 = \lambda x_{15} * \xi_1 + \delta_{15}$
2	Emosi Terantisipasi Positif	X16	$X16 = \lambda x_{16} * \xi_1 + \delta_{16}$
		Y1	$Y1 = \lambda y_1 * \eta_1 + \varepsilon_1$
		Y2	$Y2 = \lambda y_2 * \eta_1 + \varepsilon_2$
		Y3	$Y3 = \lambda y_3 * \eta_1 + \varepsilon_3$
		Y4	$Y4 = \lambda y_4 * \eta_1 + \varepsilon_4$
		Y5	$Y5 = \lambda y_5 * \eta_1 + \varepsilon_5$
		Y6	$Y6 = \lambda y_6 * \eta_1 + \varepsilon_6$
3	Keinginan	Y7	$Y7 = \lambda y_7 * \eta_1 + \varepsilon_7$
		Y8	$Y8 = \lambda y_8 * \eta_2 + \varepsilon_8$
		Y9	$Y9 = \lambda y_9 * \eta_2 + \varepsilon_9$
4	Niat	Y10	$Y10 = \lambda y_{10} * \eta_2 + \varepsilon_{10}$
		Y11	$Y11 = \lambda y_{11} * \eta_3 + \varepsilon_{11}$
		Y12	$Y12 = \lambda y_{12} * \eta_3 + \varepsilon_{12}$
5	Frekuensi Kunjungan Konsumen	Y13	$Y13 = \lambda y_{13} * \eta_3 + \varepsilon_{13}$
		Y14	$Y14 = \lambda y_{14} * \eta_4 + \varepsilon_{14}$
		Y15	$Y15 = \lambda y_{15} * \eta_4 + \varepsilon_{15}$

Sumber: Bagan hasil olahan peneliti

4.3.2 Spesifikasi Model Struktural

Selanjutnya, tabel 4-4 menjabarkan persamaan model struktural yang menjelaskan hubungan antara satu variabel laten ke variabel laten lainnya.

Tabel 4-4 Persamaan Model Struktural

Variabel Laten	Variabel Laten yang Mempengaruhi	Notasi Matematik Struktural
Emosi Terantisipasi Positif	Citra Pusat Perbelanjaan	$\eta_1 = \gamma_2 * \zeta_1 + \zeta_1$
Keinginan Berkunjung	Citra Pusat Perbelanjaan Emosi Terantisipasi Positif	$\eta_2 = \gamma_1 * \zeta_1 + \beta_1 * \eta_1 + \zeta_2$
Niat Berkunjung	Keinginan Berkunjung	$\eta_3 = \beta_2 * \eta_2 + \zeta_3$
Kunjungan Konsumen	Niat Berkunjung	$\eta_4 = \beta_3 * \eta_3 + \zeta_4$

Sumber: Bagan hasil olahan peneliti

4.3.3 Model Matematik *Hybrid*

Gambar 4-1 di bawah ini merupakan penggabungan seluruh komponen SEM menjadi suatu model lengkap, biasa disebut *Full* atau *Hybrid Model*. Diagram lintasan menggambarkan model penelitian dalam bentuk notasi matematik. Berikut keterangan notasinya:

- Variabel :

ζ_1 = Citra Pusat Perbelanjaan

η_4 = Kunjungan Konsumen

η_1 = Emosi Terantisipasi Positif

ξ_i = indikator variabel eksogen (ζ)

η_2 = Keinginan

η_i = indikator variabel endogen (η)

η_3 = Niat

- Parameter regresi :

γ_i = regresi variabel eksogen menuju endogen

β_i = regresi variabel endogen menuju endogen

λ_{x_i} = muatan faktor antara variabel eksogen dan indikator X

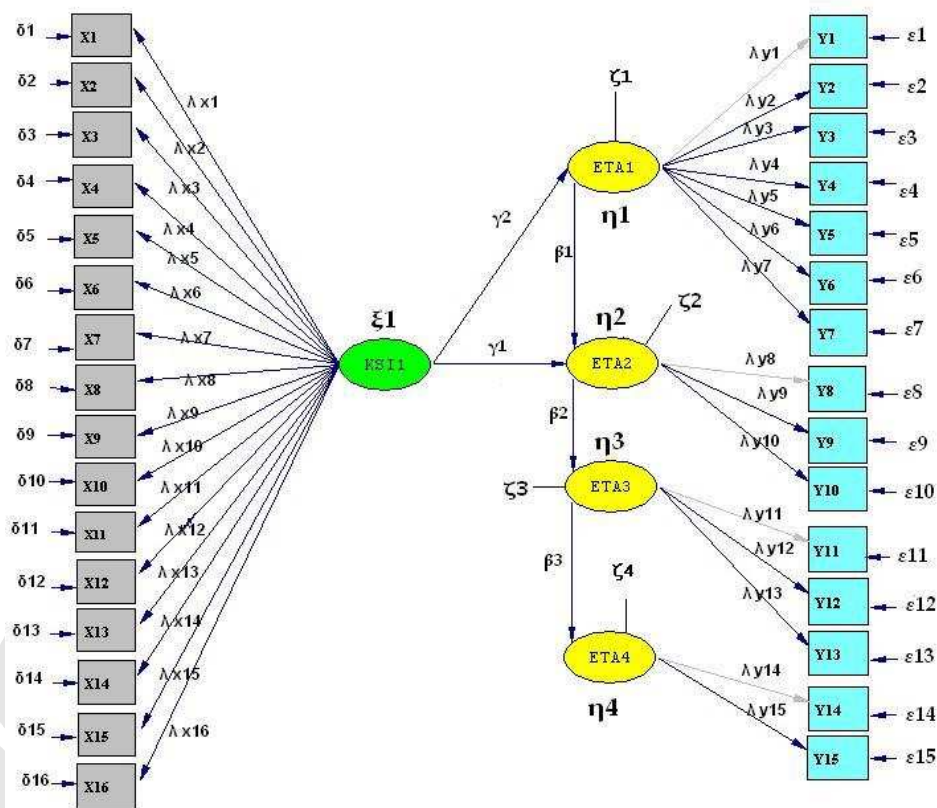
λ_{y_i} = muatan faktor antara variabel endogen dan indikator Y

- Kesalahan (*error*) :

ζ_i = kesalahan variabel endogen

ε_i = kesalahan indikator Y

δ_i = kesalahan indikator X



Gambar 4-1 Path Diagram Hybrid Model

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

4.4 Confirmatory Factor Analysis

4.4.1 Analisis Offending Estimates

Setelah mendapatkan hasil frekuensi dari profil responden, peneliti kemudian mengolah data dengan *Lisrel*. Penelitian ini menggunakan metode dua tahap (*two-step approach*), yaitu pengukuran CFA di tahap pertama dan *Second Order CFA* di tahap kedua. Pengukuran CFA tingkat pertama ini menghasilkan *printed output* dan *path diagram*. Analisis awal dimulai dengan memeriksa hasil pengukuran untuk memastikan tidak terdapat *offending estimates* (nilai-nilai yang melebihi batas yang dapat diterima). Berikut kriteria analisisnya, yaitu:

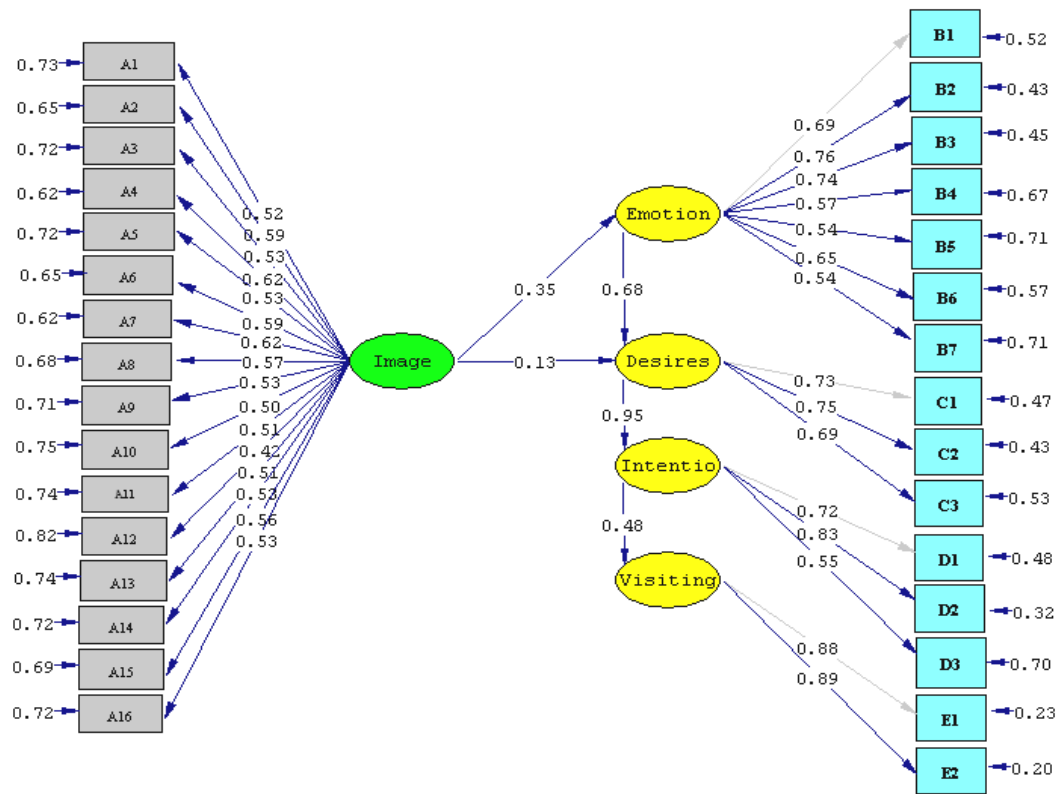
1. *Offending estimates*, terutama adanya *negative error variances* (dikenal dengan *heywod cases*). Jika ada varian kesalahan negatif, maka varian kesalahan tersebut perlu ditetapkan menjadi 0.005 atau 0.01.
2. Nilai *standardized loading factor* > 1 .
3. *Standard errors* yang berhubungan dengan koefisien-koefisien yang diestimasi mempunyai nilai yang besar.

Setelah memeriksa dengan baik, peneliti tidak menemukan adanya *offending estimates* dari hasil estimasi pengukuran CFA. Sehingga, pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas dalam model SEM pada program *Lisrel 8.7* didapatkan dari tahap pertama yaitu *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Pada tahap pertama ini, variabel-variabel teramati atau indikator pada tiap variabel laten harus memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Setelah seluruh pengujian tersebut memenuhi syarat, maka dilakukan tahap kedua yaitu *Second Order CFA (2ndCFA)*. Dari pengolahan *Lisrel 8.7*, diperoleh hasil berupa *path diagram* dan *printed output*. *Output* yang terdapat dalam *path diagram* akan menginformasikan tentang *standardized solution* yang menunjukkan *loading factor*, nilai *error variance* yang menunjukkan kesalahan pengukuran estimasi parameter, nilai *standard error* yang akan digunakan untuk membagi nilai estimasi parameter sehingga diperoleh *t-value*, serta *t-value* yang menunjukkan signifikansi.

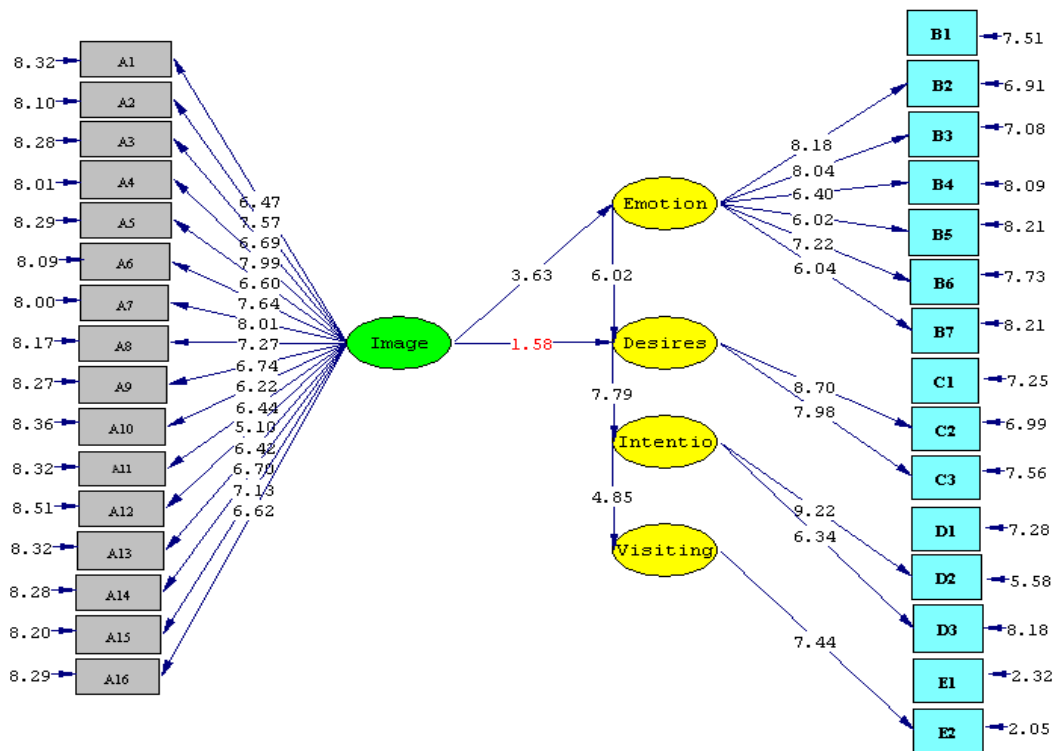
Gambar 4-2a dan 4-2b adalah hasil estimasi CFA ke-I (sebelum penghapusan indikator A12) yaitu *standardized solution* dan *t-value*. Sedangkan, gambar 4-3a dan 4-3b adalah hasil estimasi CFA ke-II *standardized solution* dan *t-value* setelah dilakukan penghapusan indikator A12. Pada hasil estimasi CFA nilai *t-value* terdapat variabel yang tidak memiliki lintasan. Hal ini dikarenakan *Lisrel* telah menetapkan secara *default*, yaitu berarti variabel tersebut *manifest* secara nyata berhubungan dengan variabel latennya.



Chi-Square=774.27, df=429, P-value=0.00000, RMSEA=0.072

Gambar 4-2a CFA I : Basic Model Standardized Solution

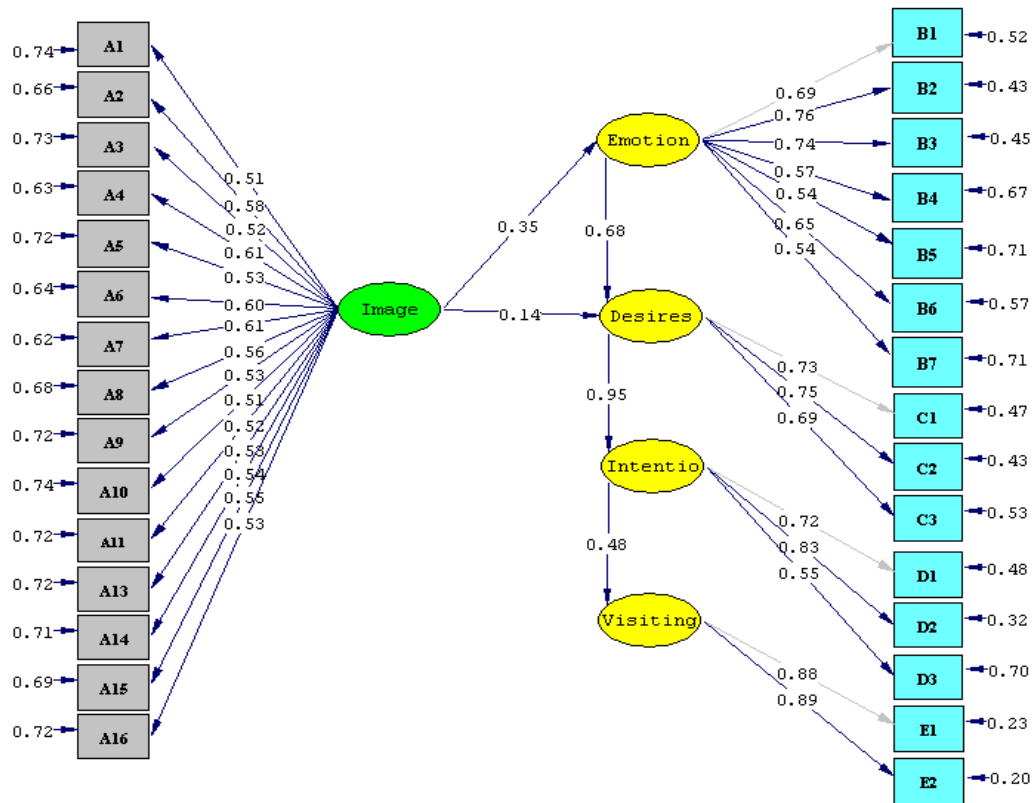
Sumber: Output Lisrel hasil olahan peneliti



Chi-Square=774.27, df=429, P-value=0.00000, RMSEA=0.072

Gambar 4-2b CFA I : Basic Model T-Values

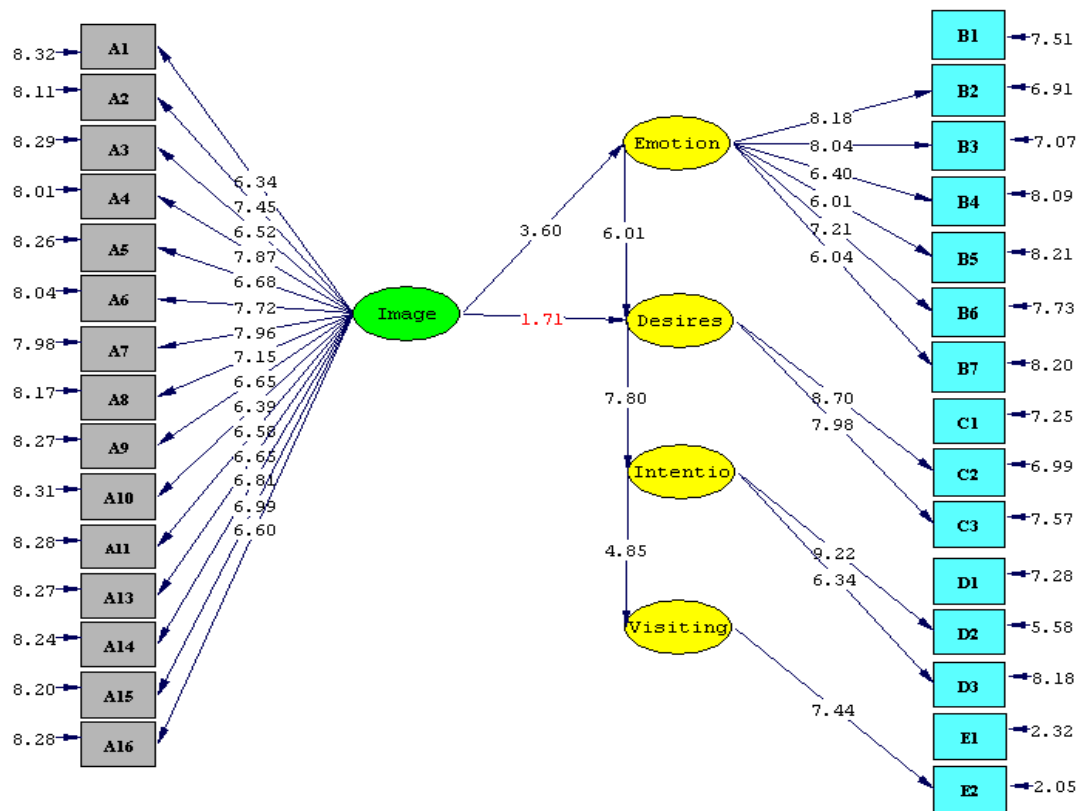
Sumber: *Output Lisrel* hasil olahan peneliti



Chi-Square=726.75, df=400, P-value=0.00000, RMSEA=0.073

Gambar 4-3a CFA II : Basic Model Standardized Solution

Sumber: Output Lisrel hasil olahan peneliti



Chi-Square=726.75, df=400, P-value=0.00000, RMSEA=0.073

Gambar 4-3b CFA II : Basic Model T-Values

Sumber: Output Lisrel hasil olahan peneliti

4.4.2.1 Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Pusat Perbelanjaan

Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel “Citra Pusat Perbelanjaan” diperlihatkan oleh gambar 4-2a&b. Untuk hasil penghitungan reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4-5 berikut di bawah ini:

Tabel 4-5 CFA I : Validitas & Reliabilitas Citra Pusat Perbelanjaan

Kode Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Standard Errors	t-value	Error Variance	Keterangan	Reliabilitas	
						CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$
A1	0,52	0,73	6,47	0,72	Validitas baik	0,87	0,30
A2	0,59	0,65	7,57	0,61	Validitas baik		
A3	0,53	0,72	6,69	0,63	Validitas baik		
A4	0,62	0,62	7,99	0,52	Validitas baik		
A5	0,53	0,72	6,60	1,06	Validitas baik		
A6	0,59	0,65	7,64	0,50	Validitas baik		
A7	0,62	0,62	8,01	0,36	Validitas baik		
A8	0,57	0,68	7,27	0,51	Validitas baik		
A9	0,53	0,71	6,74	0,46	Validitas baik		
A10	0,50	0,75	6,22	0,47	Validitas baik		
A11	0,51	0,74	6,44	0,81	Validitas baik		
A12	0,42	0,82	5,10	0,69	Validitas kurang baik		
A13	0,51	0,74	6,42	0,62	Validitas baik		
A14	0,53	0,72	6,70	0,62	Validitas baik		
A15	0,56	0,69	7,13	0,52	Validitas baik		
A16	0,53	0,72	6,62	0,65	Validitas baik		

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Tabel 4-5 menunjukkan bahwa terdapat 15 variabel teramati atas variabel laten citra pusat perbelanjaan telah lolos uji validitas, karena telah memenuhi persyaratan yaitu nilai *loading factors* $\geq 0,50$ dan nilai *t-value* $\geq 1,96$. Namun, salah satu variabel teramati yaitu A12 ternyata tidak dapat memenuhi persyaratan karena nilai *standardized loading factors* $< 0,50$. Walaupun *t-value* indikator A12 melebihi 1,96, namun tidak memenuhi standar SLF sehingga peneliti menghapus variabel teramati A12 karena kurang mewakili variabel citra pusat perbelanjaan.

Sedangkan, uji reliabilitas variabel citra pusat perbelanjaan menghasilkan nilai yang baik. Dapat dilihat bahwa *construct reliability* (CR) sebesar $0,87 \geq 0,70$, sehingga variabel citra pusat perbelanjaan memiliki konsistensi yang baik.

Salah satu cara lain untuk melihat reliabilitas adalah melalui *variance extracted* (VE), dimana nilai VE yang didapatkan adalah $0,30 < 0,50$. Namun, cara ini adalah *optional* atau tidak diharuskan (Hair, 1998), sehingga peneliti melihat dari nilai CR sebagai ukuran reliabilitas. Dikarenakan penghapusan A12, maka peneliti melakukan pengolahan data kembali dengan CFA, hasilnya dapat dilihat dari tabel 4-6 di bawah ini:

Tabel 4-6 CFA II : Validitas & Reliabilitas Citra Pusat Perbelanjaan

Kode Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Standard Errors	t-value	Error Variance	Keterangan	Reliabilitas	
						CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$
A1	0,51	0,74	6,34	0,73	Validitas baik	0,87	0,30
A2	0,58	0,66	7,45	0,61	Validitas baik		
A3	0,52	0,73	6,52	0,64	Validitas baik		
A4	0,61	0,63	7,87	0,52	Validitas baik		
A5	0,53	0,72	6,68	1,05	Validitas baik		
A6	0,60	0,64	7,72	0,50	Validitas baik		
A7	0,61	0,62	7,96	0,37	Validitas baik		
A8	0,56	0,68	7,15	0,52	Validitas baik		
A9	0,53	0,72	6,65	0,46	Validitas baik		
A10	0,51	0,74	6,39	0,46	Validitas baik		
A11	0,52	0,72	6,58	0,80	Validitas baik		
A13	0,53	0,72	6,65	0,60	Validitas baik		
A14	0,54	0,71	6,81	0,61	Validitas baik		
A15	0,55	0,69	6,99	0,53	Validitas baik		
A16	0,53	0,72	6,60	0,65	Validitas baik		

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Tabel 4-6 merupakan penghitungan validitas dan reliabilitas dengan menggunakan CFA setelah variabel teramati A12 dihapus. *Path diagram* hasil pengujian ini dapat dilihat di gambar 4-3a&b. Hasilnya menunjukkan bahwa keseluruhan variabel teramati atas variabel laten citra pusat perbelanjaan telah memenuhi persyaratan validitas yaitu $SLF \geq 0,50$ dan nilai $t\text{-value} \geq 1,96$. Dapat dilihat pula pada tabel tersebut bahwa nilai CR tidak berubah meskipun terjadi penghapusan salah satu indikator. Hal ini berarti reliabilitas pada variabel citra pusat perbelanjaan memiliki konsistensi yang baik. Selain CR, nilai VE juga tetap pada kisaran 0,30 dan tetap tidak memenuhi syarat $\geq 0,50$. Tetapi, dikarenakan penghitungan reliabilitas menggunakan VE adalah *optional*, maka peneliti lebih cenderung melihat nilai CR sebagai ukuran reliabilitas.

4.4.2.2 Validitas dan Reliabilitas Variabel Emosi Terantisipasi Positif

Tabel 4-7 CFA II : Validitas & Reliabilitas Emosi Terantisipasi Positif

Kode Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Standard Errors	t-value	Error Variance	Keterangan	Reliabilitas	
						CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$
B1	0,69	0,52	**	0,49	Validitas baik	0,83	0,42
B2	0,76	0,43	8,18	0,58	Validitas baik		
B3	0,74	0,45	8,04	0,49	Validitas baik		
B4	0,57	0,67	6,40	0,60	Validitas baik		
B5	0,54	0,71	6,01	0,77	Validitas baik		
B6	0,65	0,57	7,21	0,94	Validitas baik		
B7	0,54	0,71	6,04	1,09	Validitas baik		

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Note: ** = Ditetapkan secara default oleh *LISREL*, nilai $t\text{-value}$ tidak diestimasi

Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel emosi terantisipasi positif ini menggunakan hasil uji validitas dan reliabilitas CFA ke-II (setelah penghapusan indikator A12). Gambar 4-3a&b dan tabel 4-7 menunjukkan hasil pengukuran CFA untuk variabel ini.

Nilai yang dicantumkan pada tabel 4-7 merupakan hasil pengolahan data kembali menggunakan CFA (setelah penghapusan indikator A12). Dapat dilihat bahwa nilai *standardized loading factors* dari B1 hingga B7 yaitu 0,69; 0,76; 0,74; 0,57; 0,54; 0,65; 0,54 \geq 0,50. Dan juga nilai *t-value* keseluruhan berada di atas 1,96. Sehingga, secara keseluruhan variabel teramati untuk variabel laten emosi terantisipasi positif adalah valid. Sedangkan, untuk pengujian reliabilitas dapat langsung dilihat dari nilai CR dan VE yaitu 0,83 dan 0,42. Walaupun nilai VE masih di bawah 0,50, namun variabel laten emosi terantisipasi positif ini dapat dikatakan memiliki konsistensi yang baik dan *reliable* karena memenuhi syarat $CR \geq 0,70$ serta sifat nilai VE yang *optional* (pilihan).

4.4.2.3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Keinginan

Berdasarkan model pengukuran CFA pada gambar 4-3a&b, didapatkan hasil validitas dan reliabilitas untuk variabel keinginan, yaitu:

Tabel 4-8 CFA II : Validitas & Reliabilitas Keinginan

Kode Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Standard Errors	t-value	Error Variance	Keterangan	Reliabilitas	
						CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$
C1	0,73	0,47	**	0,57	Validitas baik	0,77	0,52
C2	0,75	0,43	8,70	0,41	Validitas baik		
C3	0,69	0,53	7,98	0,47	Validitas baik		

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Note: ** = Ditetapkan secara default oleh *LISREL*, nilai *t-value* tidak diestimasi

Dapat dilihat bahwa nilai *standardized loading factors* pada masing-masing variabel teramati untuk variabel keinginan yaitu C1, C2, dan C3 adalah 0,73, 0,75, dan 0,69 dan *t-value* ketiganya juga di atas 1,96. Uji validitas untuk variabel keinginan dapat dipenuhi oleh ketiga variabel teramati tersebut telah melebihi batas persyaratan $SLF \geq 0,50$ dan $t-value \geq 1,96$, sehingga variabel

keinginan dapat dikatakan valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *construct reliability* (CR) pada tabel yaitu sebesar $0,77 \geq 0,70$. Hal ini berarti membuktikan bahwa variabel keinginan telah lolos uji reliabilitas dan memiliki konsistensi di tiap variabel teramati dalam konstruk latennya. Sedangkan, VE adalah $0,52 \geq 0,50$ yang berarti menunjukkan bahwa nilai VE turut memperkuat reliabilitas dan hal ini merupakan hasil yang baik untuk variabel keinginan.

4.4.2.4 Validitas dan Reliabilitas Variabel Niat

Tabel 4-9 dan gambar 4-3a&b menunjukkan nilai *standardized loading factors* untuk variabel-variabel teramati D1, D2, dan D3 adalah 0,72, 0,83, dan 0,55. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa validitas variabel niat adalah baik, karena persyaratan nilai *loading factors* $\geq 0,50$ terpenuhi, serta nilai *t-value* yang seluruhnya $\geq 1,96$. Sedangkan, reliabilitas dari variabel niat juga baik karena memenuhi persyaratan yaitu CR sebesar $0,74 \geq 0,70$. Sehingga, dapat dikatakan bahwa indikator-indikator dari variabel niat adalah *reliable*. Sedangkan, nilai VE yaitu sebesar $0,50 \geq 0,50$, sehingga turut membuktikan konsistensi tinggi di dalam variabel-variabel teramati atas variabel laten niat.

Tabel 4-9 CFA II : Validitas & Reliabilitas Niat

Kode Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Standard Errors	t-value	Error Variance	Keterangan	Reliabilitas	
						CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$
D1	0,72	0,48	**	0,57	Validitas baik	0,74	0,50
D2	0,83	0,32	9,22	0,35	Validitas baik		
D3	0,55	0,70	6,34	1,14	Validitas baik		

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Note: ** = Ditetapkan secara default oleh *LISREL*, nilai *t-value* tidak diestimasi

4.4.2.5 Validitas dan Reliabilitas Variabel Frekuensi Kunjungan Konsumen

Dari tabel 4-10 dan gambar 4-3a&b memperlihatkan bahwa *standardized loading factors* E1 dan E2 yaitu 0,88; $0,89 \geq 0,50$, dan untuk nilai *t-value* yaitu \geq

1,96. Hasil tersebut sudah membuktikan bahwa konstruk pertanyaan-pertanyaan dalam variabel frekuensi kunjungan konsumen adalah baik dan valid. Sedangkan, uji reliabilitas menunjukkan angka sebesar $0,87 \geq 0,70$. Nilai statistik tersebut membuktikan bahwa variabel-variabel teramati mempunyai konsistensi yang baik dalam mengukur variabel latennya. Sedangkan, nilai VE adalah sebesar $0,78 \geq 0,50$, sehingga nilai dapat semakin menguatkan reliabilitas dalam variabel laten frekuensi kunjungan konsumen.

Tabel 4-10 CFA II : Validitas & Reliabilitas Frekuensi Kunjungan Konsumen

Kode Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Standard Errors	t-value	Error Variance	Keterangan	Reliabilitas	
						CR $\geq 0,70$	VE $\geq 0,50$
E1	0,88	0,23	**	0,37	Validitas baik	0,87	0,78
E2	0,89	0,20	7,44	0,42	Validitas baik		

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Note: ** = Ditetapkan secara default oleh *LISREL*, nilai *t-value* tidak diestimasi

4.5 Second Order CFA

Setelah tahap pertama menghasilkan model CFA dengan validitas dan reliabilitas yang baik, maka tahap kedua pun dilaksanakan. *Second Order CFA* (*2ndCFA*) menunjukkan hubungan antara variabel-variabel laten pada tingkat pertama sebagai indikator-indikator dari sebuah variabel laten tingkat kedua. Pada tahap kedua ini, peneliti menambahkan model struktural aslinya pada model CFA hasil pertama untuk menghasilkan model *hybrid*. Selanjutnya, model *hybrid* akan dianalisis dan dievaluasi kecocokan keseluruhan modelnya dengan menggunakan *Goodness of Fit (GOF)*. Setelah dipastikan bahwa kecocokan model *fit* (baik). Terakhir, dilakukan pengujian kecocokan model struktural yang akan menguji

hipotesis penelitian dengan mengevaluasi nilai *t-value* pada model strukturalnya yaitu $\geq 1,96$ (tingkat keyakinan 95%).

4.5.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang terdapat dalam program *Lisrel* dimana metode ini menguji secara bersama-sama model yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Setelah lolos pengujian validitas dan reliabilitas dengan model CFA, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis kecocokan data dengan model secara keseluruhan atau dalam *Lisrel* disebut *Goodness of Fit (GOF)*. Pengujian ini akan mengevaluasi apakah model yang dihasilkan merupakan model *fit* atau tidak. Dari *printed output* yang dihasilkan estimasi pengukuran *2ndCFA* pada program *Lisrel*, analisis kecocokan keseluruhan model dapat dilihat dari angka statistik sebagai berikut, yaitu:

- Nilai *Chi-square* yaitu 707,55 dan $p = 0,00 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kecocokan kurang baik karena syarat model yang baik yaitu jika nilai *Chi Square* kecil dan $p > 0,05$ tidak terpenuhi.
- Nilai NCP sebesar 326,74 yang merupakan nilai cukup besar. 90% *confidence interval* dari NCP (255,12 ; 406,19) adalah lebar, maka berdasarkan NCP dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan model kurang baik.
- Selanjutnya, nilai RMSEA yaitu 0,073 yang berarti kecocokan model adalah baik atau *good fit* dan 90% *confidence interval* dari RMSEA (0,064 ; 0,081), dan nilai RMSEA masih berada dalam kisaran interval tersebut sehingga RMSEA memiliki ketepatan yang baik. Nilai RMSEA yang baik adalah $\leq 0,05$ *close fit* dan $0,05 < RMSEA \leq 0,08$ *good fit*. Sedangkan jika nilai RMSEA antara 0,08 sampai 0,10 adalah *marginal fit* dan $> 0,10$ menunjukkan *poor fit*. *P-Value for test of close fit* (RMSEA $< 0,05$) = $0,00 < 0,50$, maka kecocokan keseluruhan model kurang baik, *p-value* yang diinginkan untuk *test of close fit* adalah $\geq 0,50$.
- Setelah itu, dilakukan analisis ECVI sebagai perbandingan model dan semakin kecil nilai ECVI sebuah model maka semakin baik tingkat kecocokannya. Pengujian kecocokan model dapat dilihat dengan menggunakan nilai ECVI *saturated* dan ECVI *independence*. Nilai ECVI model diketahui yaitu sebesar

5,56; ECVI *saturated model* 6,04; dan ECVI *independence model* 30,73. Dari hasil tersebut dapat dianalisis bahwa ECVI model lebih dekat nilainya ke ECVI *saturated model* dibandingkan ke ECVI *independence model*. Lalu, 90% *confidence interval* dari ECVI (5,10 ; 6,08) menandakan ECVI model berada di dalam 90% *confidence interval*, sehingga estimasi nilai ECVI mempunyai presisi yang baik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan model berdasarkan ECVI adalah baik. Hal ini didukung pernyataan bahwa ECVI *saturated model* mewakili '*best-fit*' dan ECVI *Independence model* mewakili '*worst-fit*', maka nilai ECVI yang diinginkan model harus sedekat mungkin dengan ECVI *saturated model*.

- Seperti juga ECVI, AIC juga digunakan sebagai perbandingan model. Nilai AIC model yang dihasilkan adalah 856,74; nilai AIC *saturated model* 930,00; dan nilai AIC *independence model* 4732,65. Dapat dilihat bahwa AIC model lebih dekat ke AIC *saturated model* dibandingkan ke AIC *independence model*, maka kecocokan keseluruhan model dikatakan baik.
- Sama halnya dengan AIC, CAIC dapat dianalisis dengan cara yang sama, yaitu dengan membandingkan nilai CAIC model dengan *saturated CAIC* dan *independence CAIC*. Nilai CAIC model adalah 1119,57; nilai CAIC *saturated* 2810,19; dan nilai CAIC *independence* 4853,95. Hasil tersebut membuktikan bahwa nilai CAIC model lebih dekat ke *Saturated CAIC* dibandingkan dengan *Independence CAIC*, sehingga dapat dikatakan bahwa kecocokan keseluruhan model adalah baik.
- Nilai *Standardized RMR* = 0,087 > 0,05 menunjukkan bahwa kecocokan keseluruhan model yang kurang baik, karena seharusnya nilai $RMR \leq 0,05$.
- Sedangkan, nilai GFI yaitu sebesar 0,76 sehingga kecocokan model kurang baik. Dan nilai AGFI adalah 0,72 yang berarti sama dengan GFI yaitu kecocokan model yang kurang baik. Nilai kecocokan model yang baik untuk parameter AGFI dan GFI adalah $\geq 0,90$, dan nilai $0,8 < GFI/AGFI \leq 0,90$ adalah *marginal fit*.
- Selanjutnya, NFI = 0,85 ; nilai NFI berada pada interval $0,80 \leq NFI < 0,90$, maka kecocokan keseluruhan model adalah *marginal fit*. Kriteria kecocokan

model untuk parameter NFI adalah ≥ 0.9 berarti baik (*good fit*) dan kecocokan yang sedang (*marginal fit*) ditandai oleh $0.8 \leq \text{NFI} < 0.9$.

- Sama pula dengan parameter NFI, nilai NNFI = $0,92 \geq 0,90$; maka kecocokan keseluruhan model adalah baik (*good fit*).
- CFI = $0,93 \geq 0,90$; maka kecocokan keseluruhan model adalah baik (*good fit*).
- IFI = $0,93 \geq 0,90$; maka kecocokan keseluruhan model adalah baik (*good fit*).
- RFI = $0,84$; nilai NFI berada pada interval $0,80 \leq \text{NFI} < 0,90$, maka kecocokan keseluruhan model adalah *marginal fit*.

Tabel 4-11 Uji Kecocokan Keseluruhan Model (*Goodness of Fit*)

Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
Chi Square P	Nilai yang kecil $p > 0,05$	$\chi^2 = 707,55$ ($p = 0,0$)	Kurang baik
NCP Interval	Nilai yang kecil Interval yang sempit	326,74 (255,12 ; 406,19)	Kurang baik
RMSEA P (close fit)	$\text{RMSEA} \leq 0,08$ $p \geq 0,50$	0,073 ($p = 0,0$)	Baik (<i>good fit</i>)
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat dengan ECVI Saturated	$M^* = 5,56$ $S^* = 6,04$ $I^* = 30,73$	Baik (<i>good fit</i>)
AIC	Nilai yang kecil dan dekat dengan AIC Saturated	$M^* = 856,74$ $S^* = 930,00$ $I^* = 4732,65$	Baik (<i>good fit</i>)
CAIC	Nilai yang kecil dan dekat dengan CAIC Saturated	$M^* = 1119,57$ $S^* = 2810,19$ $I^* = 4853,95$	Baik (<i>good fit</i>)
NFI	$\text{NFI} \geq 0,90$	0,85	<i>Marginal fit</i>
NNFI	$\text{NNFI} \geq 0,90$	0,92	Baik (<i>good fit</i>)
CFI	$\text{CFI} \geq 0,90$	0,93	Baik (<i>good fit</i>)
IFI	$\text{IFI} \geq 0,90$	0,93	Baik (<i>good fit</i>)
RFI	$\text{RFI} \geq 0,90$	0,84	<i>Marginal fit</i>

(Sambungan Tabel 4-11 Uji Kecocokan Keseluruhan Model)

RMR	Standardized RMR $\leq 0,05$	0,087	Kurang baik
GFI	GFI $\geq 0,90$	0,76	Kurang baik
AGFI	AGFI $\geq 0,90$	0,72	Kurang baik

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Note: *M = Model ; S = Saturated ; I = Independence

Tabel 4-11 menyimpulkan hasil uji kecocokan keseluruhan model. Dari pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, menunjukkan terdapat 5 ukuran GOF yang menunjukkan kecocokan yang kurang baik, 2 ukuran GOF menunjukkan kecocokan yang sedang (*marginal fit*), dan 7 ukuran GOF menunjukkan kecocokan yang baik (*good fit*), sehingga dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan model adalah baik (*good fit*).

4.5.2 Uji Kecocokan Model Struktural

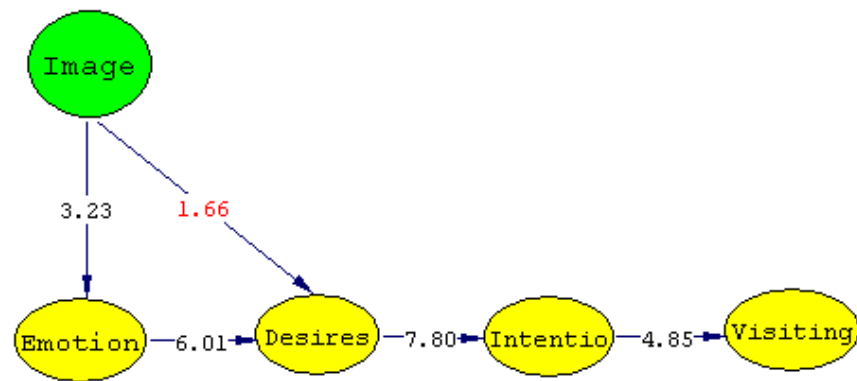
Setelah peneliti melakukan uji kecocokan keseluruhan model, maka tahap selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian pada model strukturalnya. Pengujian model dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel citra pusat perbelanjaan terhadap frekuensi kunjungan konsumen ke pusat perbelanjaan yang dimediasikan oleh variabel emosi terantisipasi positif, keinginan, dan niat. Dengan pengujian ini akan diketahui apakah hipotesis model penelitian diterima atau ditolak.

Keseluruhan variabel laten tersebut diukur dari 31 indikator/variabel teramati yang telah disusun berupa pertanyaan, yaitu masing-masing variabel laten terdiri dari: variabel citra pusat perbelanjaan yaitu 16 indikator, emosi terantisipasi positif sebanyak 7 indikator, keinginan yaitu 3 indikator, niat sebanyak 3 indikator, dan terakhir frekuensi kunjungan konsumen diukur dari 2 indikator. Untuk variabel citra pusat perbelanjaan hanya terwakili oleh 15 indikator karena A12 tidak memenuhi syarat *standardized loading factors* $\geq 0,50$, sehingga A12 harus dihapus dari variabel laten citra pusat perbelanjaan. Namun, hal ini tidak mengurangi substansi dari citra pusat perbelanjaan karena masih terdapat indikator lain yang dapat mendukung variabel citra pusat perbelanjaan.

Hasil uji hipotesis terlihat dari *printed output* hasil proses *syntax* dalam rumus persamaan olahan peneliti dan juga terdapat pada *path diagram*. Pada hubungan yang signifikan nilai *t-value* harus lebih besar daripada *t-tabel*. Hubungan yang signifikan akan ditandai dengan *t-value* yang berwarna hitam pada *path diagram* dengan nilai $\geq 1,96$. Sedangkan hubungan yang tidak signifikan ditandai dengan *t-value* yang berwarna merah pada *path diagram* dengan nilai di bawah 1,96. *Path diagram* yang ditunjukkan pada gambar 4-4 memberikan gambaran mengenai hubungan antara variabel laten citra pusat perbelanjaan terhadap frekuensi kunjungan konsumen yang dimediasikan oleh emosi terantisipasi positif, keinginan, dan niat.

Printed output dan *path diagram* yang dikeluarkan oleh program *Lisrel* merupakan hasil dari pengukuran *higher order* yaitu *2ndCFA*. Jadi, metode yang digunakan adalah *two step approach*, yang terdiri dari dua tahap yaitu tahap pertama peneliti melakukan pengukuran CFA. Kemudian tahap kedua yaitu dengan *second order CFA (2ndCFA)* untuk menghasilkan statistik pengukuran model struktural yang lebih tepat dan akurat. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengolahan data dengan model *2ndCFA* sama dengan model CFA tingkat pertama.

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan batas *t-value* 1,96. Dalam uji validitas dan reliabilitas sebelum melakukan pengujian model, seluruh variabel dalam penelitian telah lulus uji validitas dan reliabilitas, terkecuali salah satu indikator variabel citra pusat perbelanjaan yaitu A12 yang nilai *loading factor* $< 0,50$. Sehingga, indikator tersebut tidak disertakan sebagai ukuran variabel citra pusat perbelanjaan. Berikut di bawah ini adalah *path diagram* hasil uji hipotesis model:

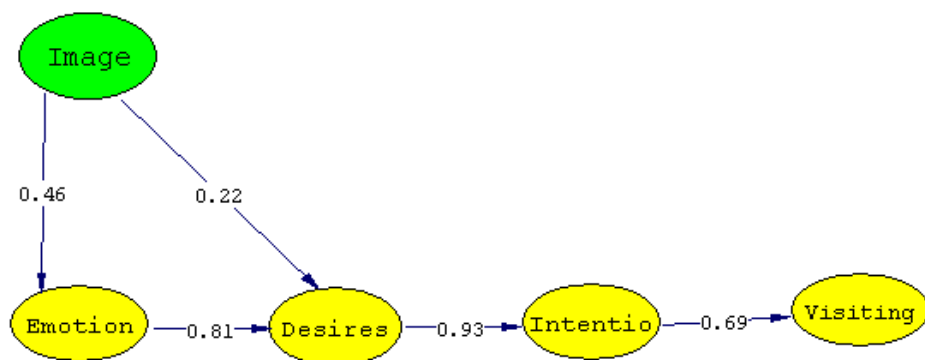


Chi-Square=726.74, df=400, P-value=0.00000, RMSEA=0.073

Gambar 4-4 Structural Model T-Values

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Note: * Nilai t-value $\geq 1,96$ adalah signifikan



Chi-Square=726.74, df=400, P-value=0.00000, RMSEA=0.073

Gambar 4-5 Structural Model Estimates

Sumber: Output *Lisrel* hasil olahan peneliti

Berdasarkan hipotesis H1, menyatakan bahwa hubungan antara citra pusat perbelanjaan dan niat berkunjung konsumen akan dimediasikan oleh keinginan berkunjung konsumen ke pusat perbelanjaan. Dapat dilihat dari *path diagram* di atas, hasil pengujian model memperlihatkan bahwa *t-value* yaitu 1,66 (tingkat keyakinan 95%) dengan angka berwarna merah, yang berarti nilai *t-value* < 1,96 sehingga menunjukkan bahwa hipotesis H1 tidak terbukti atau ditolak. Hal ini menandakan bahwa hubungan yang ada pada hipotesis H1 adalah tidak signifikan.

Kemudian, *path diagram* hasil pengujian hubungan untuk hipotesis H2 yaitu adanya hubungan positif antara citra pusat perbelanjaan dan emosi terantisipasi positif memperlihatkan angka berwarna hitam dan nilai *t-value* > 1,96. Nilai *t-value* yang dihasilkan adalah 3,23 (tingkat keyakinan 95%) yang berarti membuktikan bahwa memang terdapat korelasi yang signifikan atau hubungan positif antara citra pusat perbelanjaan dan emosi terantisipasi positif. Sehingga, hipotesis H2 diterima.

Pengujian untuk hipotesis H3 yaitu terdapat asosiasi positif antara emosi terantisipasi positif dan keinginan berkunjung konsumen ke pusat perbelanjaan dapat dibuktikan dengan melihat *path diagram* di atas. Nilai *t-value* adalah 6,01 (tingkat keyakinan 95%), dimana nilai *t-value* \geq 1,96 sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H3 terbukti. Maka, dapat dikatakan bahwa emosi terantisipasi positif memiliki asosiasi positif dengan keinginan konsumen untuk mengunjungi pusat perbelanjaan.

Selanjutnya, pembuktian hipotesis H4 yaitu terdapat hubungan atau asosiasi positif antara keinginan dan niat berkunjung konsumen ke pusat perbelanjaan. Dari *path diagram* dapat dilihat bahwa angka berwarna hitam dan nilai *t-value* > 1,96. Nilai *t-value* yang dihasilkan yaitu 7,80 (tingkat keyakinan 95%) dan hal ini membuktikan bahwa hipotesis H4 diterima. Dengan penerimaan hipotesis H4 menandakan terdapatnya hubungan atau asosiasi positif yang signifikan antara keinginan dan niat berkunjung konsumen ke pusat perbelanjaan.

Terakhir, hipotesis H5 yaitu menyatakan bahwa niat berkunjung konsumen akan dihubungkan secara positif dengan frekuensi kunjungan konsumen ke pusat perbelanjaan. *Path diagram* di atas memperlihatkan adanya nilai *t-value* > 1,96 dan berwarna hitam. Untuk hipotesis H5 nilai *t-value* yang dihasilkan adalah 4,85

(tingkat keyakinan 95%) dan hal ini menandakan H5 diterima. Sehingga, membuktikan bahwa niat berkunjung konsumen dapat dihubungkan secara positif dengan frekuensi kunjungan konsumen ke pusat perbelanjaan tersebut.

4.6 Analisis Kecocokan Model Struktural

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, empat dari lima hipotesis penelitian membuktikan adanya hubungan signifikan pada tingkat keyakinan 95% dengan $t\text{-value} > 1,96$. Secara umum, tabel 4-12 adalah kesimpulan hasil uji hipotesis dan disertai estimasi koefisien regresi yang tidak distandarisasikan (*unstandardized coefficients*). Hasil tabel 4-12 menandakan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen terkait di gambar 4-4 dan 4-5 sebagai hasil pengukuran struktural *Second Order CFA (2ndCFA)*

Tabel 4-12 Kesimpulan Uji Hipotesis

Hipotesis	Path	t-value	Estimasi	Hasil
H1	Citra → Keinginan	1,66	0,22	Ditolak
H2	Citra → Emosi Terantisipasi Positif	3,23	0,46	Diterima
H3	Emosi Terantisipasi Positif → Keinginan	6,01	0,81	Diterima
H4	Keinginan → Niat	7,80	0,93	Diterima
H5	Niat → Kunjungan Konsumen	4,85	0,69	Diterima

Sumber: Output Lisrel hasil olahan peneliti

Berikut di bawah ini adalah penjelasan analisis secara mendalam dari masing-masing hipotesis.

4.6.1 Analisis Hipotesis H1

Uji hipotesis dapat dilihat dari tabel di atas, H1 ditolak karena $t\text{-value}$ yaitu 1,66 (tingkat keyakinan 95%) $< 1,96$. Penolakan H1 berarti menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara variabel citra pusat perbelanjaan dan

keinginan. Nilai koefisien citra pusat perbelanjaan ke emosi terantisipasi positif menunjukkan 0,22 signifikan (dalam lintasan citra pusat perbelanjaan menuju emosi terantisipasi positif). Kondisi ini dapat diartikan bahwa nilai koefisien yang kecil kurang mendorong adanya hubungan yang signifikan dan kuat di antara kedua variabel di atas.

Hasil yang didapatkan ternyata tidak dapat mendukung teori yang menyatakan bahwa keinginan merupakan variabel mediasi antara hubungan sikap dan niat (Perugini & Bagozzi, 2001). Citra Senayan City, sebagai pemicu sikap, tidak bisa meningkatkan motivasi personal konsumen secara langsung. Peneliti menganalisis bahwa keinginan berkunjung tidak terbentuk dengan sempurna karena mahasiswa sebagai konsumen kurang membentuk motivasi intrinsik di dalam dirinya, yang dapat diartikan bahwa mereka tidak mempunyai *personal value* yang kuat terhadap Senayan City (sebagai wujud sikap). Sedangkan, motivasi ekstrinsik yang dinilai dari *social value* mahasiswa juga tidak dapat membangun keinginan mereka untuk mengunjungi Senayan City.

Hal ini terkait dengan persepsi yang dihasilkan saat mengevaluasi citra Senayan City. Untuk menghasilkan sikap, konsumen melakukan penilaian dengan melibatkan komponen kognitif dan afektif, dan nantinya konsumen dapat memutuskan perilaku. Hasil persepsi mahasiswa atas citra Senayan City tidak dapat merefleksikan faktor emosional di dalam diri responden mahasiswa yang nantinya mendorong level motivasi. Model MGB memperlihatkan faktor emosional sebagai salah satu faktor penting untuk meningkatkan motivasi personal konsumen dan cenderung mempertimbangkan emosi-emosi yang muncul di dalam dirinya dalam usaha pencapaian sasarannya.

Citra Senayan City hanya membentuk persepsi mahasiswa yang nantinya mengukur tingkatan “suka-tidak suka” terhadap Senayan City. Ukuran “suka-tidak suka” tersebut belum tentu mempengaruhi mahasiswa untuk berkunjung ke Senayan City karena tidak terstimulasinya sisi emosional, sehingga mereka tidak mempunyai motivasi dan alasan yang kuat untuk menunjukkan perilaku.

4.6.2 Analisis Hipotesis H2

Kemudian, hipotesis H2 terbukti diterima karena *t-value* 3,23 (tingkat keyakinan 95%) > 1,96 yang berarti terdapat hubungan signifikan antara variabel citra pusat perbelanjaan dan emosi terantisipasi positif. Nilai estimasi yang ditunjukkan (tabel 4-7) yaitu 0,46 menandakan bahwa variabel citra pusat perbelanjaan adalah 0,46 signifikan dalam hubungannya menuju emosi terantisipasi positif. Dari kedua hasil tersebut, peneliti menganalisis terdapatnya hubungan positif yang signifikan di antara kedua variabel laten tersebut.

Dengan diterimanya hipotesis H2, maka membuktikan teori Nevin dan Houston (1980) yaitu citra sebagai dasar penilaian yang menggunakan atribut-atribut emosional dan emosi yang muncul sebelum seseorang membuat keputusan merupakan pertimbangan dalam meraih sasarannya. Selain itu, teori Hunter (2006) yang menyatakan bahwa semakin positif konsumen melihat suatu objek maka semakin banyak pula mereka mengalami emosi terantisipasi positif saat mempertimbangkan sasaran yang melibatkan objek tersebut juga turut terbukti. Hal ini membuktikan bahwa hubungan antara citra Senayan City dan niat berkunjung mahasiswa dimediasikan oleh emosi terantisipasi positif, yang nantinya mendorong level motivasi dalam keinginan.

Peneliti menganalisis bahwa sikap terhadap citra mempengaruhi faktor emosional konsumen terlebih dahulu untuk mencapai level motivasi yang tinggi dalam membentuk keinginan. Atribut-atribut emosional yang mencerminkan citra Senayan City dapat menstimulasi tingkat emosional mahasiswa. Model MGB menjelaskan bahwa emosi terantisipasi menunjukkan respon timbal-balik terhadap objek atau perilaku, dimana seseorang mempertimbangkan konsekuensi untuk mencapai atau tidak mencapai sasarannya berdasarkan emosi yang muncul, baik positif ataupun negatif. Sehingga, peneliti menyimpulkan bahwa citra Senayan City terbukti mempengaruhi emosi-emosi positif di dalam responden mahasiswa yang nantinya berperan dalam mempertimbangkan konsekuensi untuk pencapaian sasarannya, yaitu berupa kunjungan ke Senayan City.

4.6.3 Analisis Hipotesis H3

Selanjutnya, hipotesis H3 memiliki nilai *t-value* 6,01 > 1,96 (tingkat keyakinan 95%), menandakan bahwa emosi terantisipasi positif memiliki asosiasi positif dengan keinginan untuk mengunjungi pusat perbelanjaan. Nilai koefisien

estimasi yaitu sebesar 0,81 merupakan nilai positif yang tinggi. Sehingga menunjukkan hubungan variabel emosi terantisipasi positif adalah 0,81 signifikan positif terhadap keinginan.

Teori yang dikemukakan oleh Bagozzi et al., (2003) yaitu semakin intens emosi terantisipasi positif dan negatif yang dirasakan oleh seseorang dalam rangka mencapai sasaran, maka akan semakin besar pula keinginan yang timbul untuk meraih sasarannya, berhasil dibuktikan oleh hipotesis H3. Selain itu, teori yang mengatakan bahwa individu cenderung termotivasi melakukan sesuatu yang ada di dalam pikirannya dengan adanya pengaruh positif (Erez dan Isen, 2002) juga terbukti.

Keinginan sebagai representasi dari motivasi dapat terbentuk dengan kuat atas pencapaian yang dihasilkan oleh emosi terantisipasi positif. Stimulasi dari segi emosional yang telah terbentuk sebelumnya makin mendorong motivasi personal konsumen untuk merencanakan tindakan di masa mendatang. Hal ini menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki *personal value* kuat yang mempengaruhi motivasi intrinsiknya dalam menunjukkan perilakunya. Stimulasi emosional Senayan City melalui penciptaan suasana dan lingkungan membentuk suatu keterikatan emosional dalam diri mahasiswa.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa evaluasi kognitif terhadap citra Senayan City berlangsung dengan baik dalam proses persepsi dan penambahan faktor emosional di dalamnya membantu responden mahasiswa dalam mempertimbangkan konsekuensi perilakunya di masa mendatang yaitu berupa kunjungan ke Senayan City. Level motivasi yang tinggi tersebut tentunya mempengaruhi besarnya keinginan mahasiswa untuk berkunjung ke Senayan City. Sehingga, terbukti bahwa hubungan antara citra pusat perbelanjaan dan kunjungan konsumen dimediasikan secara tidak langsung melalui emosi terantisipasi positif.

4.6.4 Analisis Hipotesis H4

Selanjutnya, hipotesis H4 memiliki *t-value* 7,80 (tingkat keyakinan 95%) > 1,96 sehingga membuktikan adanya asosiasi positif antara variabel keinginan dan niat berkunjung ke pusat perbelanjaan. Tabel 4-7 memperlihatkan nilai koefisien yang positif yaitu sebesar 0,93, paling besar dibandingkan dengan lainnya. Hal ini menandakan bahwa variabel keinginan adalah 0,93 signifikan

terhadap variabel niat. Sehingga, hubungan antara variabel keinginan dan niat berkunjung adalah sangat kuat dan signifikan.

Dengan diterimanya hipotesis H4, maka membuktikan teori Perugini dan Bagozzi (2001) yang menyatakan bahwa keinginan merupakan motivasi yang mendorong terjadinya pembentukan niat. Dengan besarnya level niat tersebut, maka komitmen diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan akan semakin tinggi. Sehingga, dapat peneliti kemukakan bahwa level motivasi yang tinggi telah terbentuk di dalam diri mahasiswa sebagai konsumen dan mendorong mereka untuk menguatkan komitmen diri dalam memutuskan suatu tindakan akhir. Atas dasar pertimbangan-pertimbangan sikap terhadap Senayan City yang telah dievaluasi sebelumnya, maka mahasiswa sebagai konsumen memiliki keyakinan tinggi untuk melaksanakan niatnya berkunjung ke Senayan City.

Peneliti juga menganalisis bahwa kuatnya faktor kognitif dan emosional yang mendukung peningkatan level motivasi sebelumnya telah mempengaruhi besarnya keinginan responden mahasiswa untuk berkunjung. Keinginan yang kuat tersebut merupakan dasar pembentukan niat perilaku konsumen, sehingga terbukti bahwa keinginan mahasiswa untuk berkunjung ke Senayan City telah membentuk komitmen diri yang tinggi sebelum mereka menunjukkan perilaku akhirnya.

4.6.5 Analisis Hipotesis H5

Terakhir, hipotesis H5 yang menyatakan adanya hubungan positif antara variabel niat berkunjung ke pusat perbelanjaan dan frekuensi kunjungan konsumen (H5) terbukti diterima karena nilai *t-value* yaitu $4,85 > 1,96$ (tingkat keyakinan 95%). Sedangkan nilai koefisien estimasinya adalah 0,69 yang menandakan bahwa variabel niat memiliki signifikansi sebesar 0,69 terhadap frekuensi kunjungan konsumen. Hasil *t-value* dan estimasi yang baik tersebut menunjukkan bahwa korelasi yang muncul di antara variabel niat dan frekuensi kunjungan konsumen adalah kuat dan signifikan.

Dengan diterimanya hipotesis H5, maka dapat membuktikan teori Fishbein dan Ajzen (1975) yang menyatakan bahwa niat berperan sebagai intervensi antara sikap dan perilaku, serta teori Perugini dan Bagozzi (2001) yaitu niat merupakan pendorong utama terjadinya perilaku konsumen. Berlandaskan teori di atas, peneliti menganalisis bahwa komitmen diri akan berpengaruh besar terhadap

keputusan perilaku konsumen di masa mendatang, dan komitmen ini cenderung sulit diintervensi oleh orang lain karena merupakan aktualisasi diri individu untuk meraih tujuannya.

Oleh karena itu, jika dihubungkan dengan studi kasus Senayan City, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang direpresentasikan oleh mahasiswa memiliki level motivasi yang sangat kuat dan hal ini turut meningkatkan komitmen di dalam diri mereka untuk langsung mencapai sasarannya yaitu dengan mengunjungi Senayan City. Kunjungan mereka ini dapat diartikan sebagai respon positif atas persepsinya terhadap Senayan City dan merupakan konsekuensi pilihan tindakannya yang sesungguhnya atas niat yang telah dibentuk sebelumnya.

