

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional

Konsep dari penelitian ini adalah untuk melihat dukungan faktor daya tarik pusat perbelanjaan terhadap kegiatan rekreasi remaja di pusat perbelanjaan dengan melihat kinerja komponen pendukung kegiatan rekreasi yang menjadi faktor daya tarik pusat perbelanjaan. Adapun definisi operasional dari penelitian ini yaitu:

1. Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan

Pemanfaatan pusat perbelanjaan yang dimaksud adalah pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja untuk aktivitas rekreasi berdasarkan motivasi berkunjungnya, aktivitas yang dilakukan, serta frekuensi dan lama berkunjung.

2. Sosial Pergerakan Pengunjung Remaja

Dalam penelitian ini, sosial pergerakan pengunjung remaja merupakan karakteristik sosial remaja yang meliputi usia, jenis pekerjaan dan jenis kelamin, serta karakteristik pergerakan remaja seperti asal pergerakan, jenis moda yang digunakan remaja untuk mengunjungi pusat perbelanjaan, jarak dan waktu tempuh menuju pusat perbelanjaan.

3. Faktor Daya Tarik Pusat Perbelanjaan

Faktor daya tarik pusat perbelanjaan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang menjadi komponen pendukung kegiatan rekreasi remaja di pusat perbelanjaan, yaitu komponen dasar pusat perbelanjaan, komponen pendukung pusat perbelanjaan, komponen rekreasi umum, dan komponen rekreasi khusus.

4. Kinerja Faktor Daya Tarik Pusat Perbelanjaan

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan adalah pengukuran kepuasan dan kepentingan faktor daya tarik yang menjadi komponen pendukung kegiatan rekreasi remaja di pusat perbelanjaan. Dengan melihat kinerja komponen pendukungnya, maka dapat dihasilkan rekomendasi apa yang harus diprioritaskan dalam penyediaan

3.2. Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan persebaran pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo serta kebijakan dari Dinas Perindustrian dan

Perdagangan Kota Gorontalo. Berdasarkan data dari Kecamatan Dalam Angka tahun 2012, 40% dari jumlah total 66 pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo terletak di Kecamatan Kota Selatan. Persebaran pusat perbelanjaan di Kecamatan Kota Selatan tersebar di sekitar kawasan Pasar Sentral yaitu, meliputi Kelurahan Limba U I dan Kelurahan Limba U II, sekitar Kawasan Kota Tua di Kelurahan Biawao dan Kelurahan Limba B, serta kompleks Pertokoan yang terletak di Kelurahan Biawao, Kelurahan Limba U I, dan Kelurahan Limba U II.

Berdasarkan arahan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, pusat perbelanjaan percontohan di Kota Gorontalo yang memiliki konsep *one stop activity* yaitu pusat perbelanjaan yang letaknya bersifat linear di Sepanjang Kawasan Jalan H.B Jasin, Jalan Prof. John Katili, Jalan Nani Wartabone, Jalan Jendral Sudirman, Jalan Cokroaminoto, Jalan S. Parman, dan Jalan Pangeran Hidayat yang berada di Kecamatan Kota Selatan, serta di Jalan Sultan Botutihe yang berada di Kecamatan Kota Timur. Alasan pemilihan Jalan Sultan Botutihe yang berada di Kecamatan Kota Timur ini karena jalan tersebut menghubungkan pusat kota Kota Gorontalo dengan Kabupaten Bone Bolango.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka pusat perbelanjaan yang dipilih adalah pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Kota Selatan dan Kecamatan Kota Timur, yaitu pusat perbelanjaan *Gorontalo Business Centre*, *Gorontalo Mall*, *Karsa Utama Mall*,

1. *Gorontalo Business Centre* dipilih karena letaknya berada di Jalan Jendral Sudirman, dan berada di bagian utara Kecamatan Kota Selatan sehingga berbatasan langsung dengan Kecamatan Kota Tengah.
2. *Karsa Utama Mall* dipilih karena letaknya berada di Jalan S. Parman dan berada di dalam kawasan perdagangan kota lama/tua di Kecamatan Kota Selatan
3. *Gorontalo Mall* dipilih karena berada di Kecamatan Kota Timur bagian barat yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Kota Selatan dan berada di Jalan Sultan Botutihe yang merupakan jalan yang menghubungkan pusat Kota Gorontalo dengan Kabupaten Bone Bolango.

3.3. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis data yang digunakan, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena menggunakan data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan yang

ingin dicapai dalam penelitian, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian hubungan atau *correlational research*. Menurut Suryabrata (2006:84), penelitian hubungan atau *correlational research* merupakan penelitian untuk menemukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih, serta seberapa besar hubungan yang ada diantara variabel yang diteliti. Penelitian hubungan ini tidak menjawab sebab akibat, tetapi hanya menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel yang diteliti.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada jenis data yang dibutuhkan, yaitu data primer maupun data sekunder.

3.4.1. Data Primer

Untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode survey seperti penyebaran kuisisioner dan teknik observasi lapangan.

1. Kuisisioner

Penggunaan kuisisioner merupakan laporan tentang pribadi responden, atau hal-hal yang responden ketahui guna memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin. Jumlah pertanyaan dalam kuisisioner disesuaikan dengan jumlah komponen variabel yang ingin diteliti.

Tabel 3.1 Penentuan Penggunaan Kuisisioner

Tujuan Penelitian	Kriteria	Jenis Data
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja berdasarkan hubungannya dengan karakteristik pengunjung remaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Pengunjung Pusat Perbelanjaan • Karakteristik Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan oleh remaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis kelamin • Usia • Pendidikan • Asal pengunjung • Moda pergerakan • Jarak lokasi pergerakan • Waktu tempuh berkunjung • Motivasi berkunjung • Jenis aktivitas • Frekuensi berkunjung • Lama waktu berkunjung
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui faktor daya tarik pusat perbelanjaan berdasarkan faktor komponen pendukung kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Komponen Dasar Pusat Perbelanjaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Letak dan kinerja sirkulasi vertikal (<i>escalator, elevator</i>) • Letak dan kinerja sirkulasi horizontal (pintu masuk maupun koridor) • Kinerja lahan parkir • Pencahayaan
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat 	<ul style="list-style-type: none"> • Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Keragaman jenis produk / jasa • Kualitas produk atau jasa yang ditawarkan • Kisaran harga

Tujuan Penelitian	Kriteria	Jenis Data
perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan		<ul style="list-style-type: none"> • Tempat duduk (<i>shelter</i>) • Kasir • Penunjuk arah (<i>signage</i>) • Penyejuk ruangan • Kamar kecil / Toilet • Mushola • Ruang / mesin ATM • Pos pelayanan • Pos keamanan • Tempat penitipan barang • Arena bermain anak atau <i>Game Center</i> • Area <i>Foodcourt</i> • Area Restoran
	Komponen Rekreasi Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana hiburan lainnya • Sarana rekreasi lainnya
	Komponen Rekreasi Khusus	

Dalam penelitian ini, kuisioner diberikan ke beberapa pengunjung di tiga pusat perbelanjaan terpilih, dengan jumlah kuisioner yang disesuaikan dengan jumlah sampel. Tujuan dari penggunaan kuisioner ini adalah sebagai salah satu alat bantu yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada.

2. Observasi Lapangan

Observasi merupakan bentuk pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek pengamatan/penelitian. Observasi dilakukan terhadap obyek tempat berlangsungnya peristiwa, sehingga observer berada bersama dengan obyek yang diselidiki (Nawawi, 2003 : 100).

Bentuk observasi yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian, dalam hal ini adalah tiga pusat perbelanjaan terpilih.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang pengumpulan dilakukan melalui data dari informasi yang diperoleh dari literatur-literatur dan instansi terkait. Data sekunder dalam penelitian ini, digunakan untuk mempelajari data, baik kuantitatif, maupun kualitatif melalui sumber dokumenter, yaitu berupa laporan, rencana tata ruang, buku ilmiah, dan sumber data lainnya. Pencarian data sekunder dilakukan dengan tiga cara yaitu:

a. Studi Literatur

Merupakan studi yang didasarkan pada studi kepustakaan dari buku-buku dan artikel yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu studi tentang daya tarik pusat

perbelanjaan serta indicator fasilitas pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan.

b. Survei Instansi Terkait

Merupakan survey yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data dan informasi dari instansi terkait. Survei Instansi yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh data-data terkait pusat perbelanjaan yang dijadikan objek penelitian.

Tabel 3.2 Jenis Data Untuk Survey Instansi Terkait

Sumber Data	Jenis Data
Bappeda Kota Gorontalo	<ul style="list-style-type: none"> • RTRW Kota Gorontalo • Kecamatan Kota Selatan Dalam Angka 2011 • Kecamatan Kota Timur Dalam Angka 2011 • Kota Gorontalo Dalam Angka 2011 • Perkembangan Pusat-pusat perdagangan atau pusat perbelanjaan 5 tahun terakhir
Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Gorontalo	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah dan Jenis Pusat Perdagangan Di tiap Kecamatan • Rencana struktur fungsional dan ruang Kota Gorontalo terkait Pusat Perdagangan • Peta Persebaran Pusat Perdagangan di Kota Gorontalo
Dinas Pariwisata Kota Gorontalo	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan dan kondisi sarana dan prasarana rekreasi di Kota Gorontalo
Pengelola Pusat Perbelanjaan (<i>Gorontalo Mall, Karsa Utama Mall, Gorontalo Business Center</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumen Pengembangan <i>Siteplan</i> Pusat Perbelanjaan

c. Studi Penelitian Terkait

Merupakan studi penelitian yang dilakukan dengan mencari laporan penelitian yang berkaitan dengan daya tarik pusat perbelanjaan dan indikator fasilitas pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan. Penelitian terdahulu tersebut digunakan sebagai acuan dan sebagai gambaran dalam melakukan kegiatan survey dan dalam melakukan analisis.

3.5. Penentuan Komponen Variabel Penelitian

Penentuan atau pemilihan komponen variabel penelitian didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu, serta sumber-sumber yang berkaitan dengan kriteria daya tarik pusat perbelanjaan, dan fasilitas penunjang kegiatan rekreasi di dalam suatu pusat perbelanjaan.

Tabel 3.3 Penentuan Komponen Variabel Penelitian

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Sumber
• Untuk mengetahui pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja berdasarkan	Aspek Personal	<ul style="list-style-type: none"> • Usia remaja • Jenis kelamin • Motivasi • Aktivitas 	Astri Anindya Sari. A <i>Strategic Planning for a College Student-Segment Shopping Mall.</i>

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Sumber
hubungannya dengan karakteristik pengunjung remaja	Aspek Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas • Jarak Asal • Waktu tempuh 	International Research Journal of Business Studies Vol. 4 No. 2 ISSN 2089-6271
	Respon Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> • Lama dan frekuensi kunjungan 	
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui faktor daya tarik pusat perbelanjaan berdasarkan faktor komponen pendukung kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan 	Komponen Interior	<ul style="list-style-type: none"> • Pencahayaann • Kebersihan • Penyejuk Udara • Penanda-penanda (<i>signage</i>) 	Astrid Kusumowidagdo (2010). <i>Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku</i> . Jurnal Manajemen Bisnis. Vol 3 No.1 April-Juli 2010
	Komponen Eksterior	<ul style="list-style-type: none"> • Pintu masuk (<i>entrance</i>) • Luasan tempat parkir • Proses pembayaran di kasir 	
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan 	Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat informasi 	Fatty Rakhmaniar (2007). <i>Evaluasi Kinerja Pusat Belanja Dalam Mendukung Kegiatan Rekreasi Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Pengunjung</i>
	Fasilitas penunjang rekreasi	<ul style="list-style-type: none"> • Arena bermain anak • Area <i>foodcourt</i> • Keragaman jenis restoran 	
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan 	Rekreasi umum	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana olahraga atau sarana rekreasi lainnya • Tempat ibadah 	Wendy Wilhelm dan Sandra Mottner (2005). <i>Teens and Shopping Mall Preferences</i> . Journal of Shopping Center Research, Volume 12, Number 1.
	Fasilitas pendukung	<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi vertikal • Sirkulasi horizontal • Tempat duduk • Keragaman jenis produk/jasa 	
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan 	<i>Different kinds of stores</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk/jasa yang dipasarkan • Kisaran harga produk/jasa yang dipasarkan 	Wendy Wilhelm dan Sandra Mottner (2005). <i>Teens and Shopping Mall Preferences</i> . Journal of Shopping Center Research, Volume 12, Number 1.
	<i>Mall Service</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Toilet umum • Ruang/mesin ATM • Ruang/pos keamanan 	
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan 	<i>Safety and Security</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Loker/tempat penitipan barang 	Wendy Wilhelm dan Sandra Mottner (2005). <i>Teens and Shopping Mall Preferences</i> . Journal of Shopping Center Research, Volume 12, Number 1.

Jumlah komponen variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 23 komponen variabel. Dari ke-23 komponen variabel tersebut, kemudian di kelompokkan menjadi empatvariabel utama, yaitu komponen Dasar Pusat Perbelanjaan, Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan, Komponen Rekreasi Umum, dan Komponen Rekreasi Khusus di Pusat Perbelanjaan.

Tabel 3.4 Pengelompokkan Variabel

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Indikator
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh 	Karakteristik Pemanfaatan	Motivasi / Tujuan Jenis Aktivitas Frekuensi Berkunjung Lama Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> • Ho = Tidak ada hubungan antara motivasi berkunjung, jenis aktivitas, frekuensi berkunjung dan lama berkunjung, dengan usia, jenis kelamin, pendidikan/pekerjaan, asal

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Indikator
remaja berdasarkan hubungannya dengan karakteristik pengunjung remaja	Karakteristik Sosial	Usia	pergerakan, moda yang digunakan, jarak lokasi pergerakan, dan waktu tempuh.
		Pekerjaan	
<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui faktor daya tarik pusat perbelanjaan berdasarkan faktor komponen pendukung kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan • Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan 	Karakteristik Pergerakan	Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> • $H_1 =$ Terdapat hubungan antara motivasi berkunjung, jenis aktivitas, frekuensi berkunjung dan lama berkunjung, dengan usia, jenis kelamin, pendidikan/pekerjaan, asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak lokasi pergerakan, dan waktu tempuh. • Pusat Perbelanjaan memiliki tingkat kebersihan yang cukup • Sirkulasi vertikal (escalator, elevator) mencukupi serta ditempatkan pada lokasi yang menarik • Sirkulasi horizontal (pintu masuk maupun koridor) yang lebar, menarik dan memudahkan pengunjung melewatinya • Luasan lahan parkir di pusat perbelanjaan mencukupi • Pusat Perbelanjaan memiliki pencahayaan yang baik, baik di pagi hari maupun di malam hari • Jenis produk atau jasa yang dijual/ditawarkan beragam (Anchor Tenant) • Produk / jasa yang dipasarkan berkualitas • Kisaran harga produk / jasa yang dipasarkan sesuai dengan keinginan masyarakat • Tempat duduk mudah ditemukan serta tidak menghalangi jalur sirkulasi • Jumlah Kasir yang mencukupi dan Proses pembayaran di kasir yang mudah • Penunjuk arah atau direktori pusat belanja (<i>signage</i>) lengkap dan menarik • Kinerja penghangat atau Penyejuk Udara di Pusat Perbelanjaan • Kamar kecil / Toilet yang bersih yang dimiliki oleh Pusat Perbelanjaan • Terdapat Mushola yang lengkap dengan sarana prasarana pendukungnya • Ruang / mesin ATM yang berada di Pusat Perbelanjaan • Jumlah dan Kinerja pos pelayanan atau pusat informasi di Pusat Perbelanjaan • Jumlah dan Kinerja ruang /pos keamanan di Pusat Perbelanjaan • Jumlah dan kinerja Tempat penitipan barang di Pusat Perbelanjaan • Terdapat arena bermain atau game center yang menyediakan beragam
		Asal	
		Moda	
		Jarak Tempuh	
		Waktu Tempuh	
		Kebersihan	
		Sirkulasi Vertikal	
		Sirkulasi Horizontal	
		Lahan Parkir	
		Pencahayaan	
Produk / Komoditas / Jasa yang ditawarkan			
Tempat Duduk (<i>Shelter</i>)			
Kasir			
Penunjuk Arah (<i>Signage</i>)			
Penyejuk Ruangan			
Kamar kecil / Toilet			
Mushola			
Ruang / Mesin ATM			
Pos Pelayanan			
Pos Keamanan			
Tempat Penitipan Barang			
Arena bermain anak atau <i>Game</i>			
Komponen Dasar Pusat Perbelanjaan	Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan	Komponen Rekreasi Umum	

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Indikator
		<i>Center</i>	jenis pilihan permainan
		Area <i>Foodcourt</i>	• Terdapat area <i>foodcourt</i> yang menawarkan berbagai jenis makanan
		Area Restoran	• Terdapat berbagai jenis restoran
		Sarana hiburan atau sarana rekreasi lainnya	• Ketersediaan sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)
	Komponen Rekreasi Khusus	yang unik dan tidak dimiliki pusat perbelanjaan lainnya	• Ketersediaan sarana Olahraga lainnya (Futsal, <i>Gym Center</i>)

3.6. Pemilihan Populasi dan Sampel

3.6.1. Populasi

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek-obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2008 : 115). Populasi merupakan totalitas dari semua objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu”.

Populasi dari penelitian ini adalah semua pengunjung di *Gorontalo Mall*, *Karsa Utama Mall*, dan *Gorontalo Business Center*. Batasan dari populasi dalam penelitian ini yaitu populasi yang digunakan hanyalah pengunjung yang berada di tiga pusat perbelanjaan yang menjadi lokasi penelitian, pada hari atau saat survey dilakukan, yaitu pada tanggal 18,23,24 Februari 2013, sehingga jumlah populasi dari penelitian ini tidak terbatas jumlahnya. Populasi tersebut selanjutnya akan menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

3.6.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008 : 116), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel diambil berdasarkan karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dapat mewakili populasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengambilan sampel, dilakukan agar dapat berfungsi sebagai contoh yang dapat mewakili populasi yang ada.

1. Pemilihan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu remaja khusus yang mengunjungi *Gorontalo Mall*, *Karsa Utama Mall*, dan *Gorontalo Business Center*. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan metode *Purposive Sampling*, artinya sampel sengaja dipilih berdasarkan kriteria tertentu agar dapat mewakili populasinya. Menurut Sugiyono (2008 : 118), “*Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu'. Pertimbangan atau kriteria yang digunakan dalam metode *pusposive sampling* ini yaitu:

- 1) Sampel yang dijadikan responden merupakan pengunjung *Gorontalo Mall*, *Karsa Utama Mall*, dan *Gorontalo Business Center*.
 - 2) Sampel yang dijadikan responden adalah pengunjung pusat perbelanjaan dengan batasan yaitu pengunjung dengan usia 12-21 Tahun.
2. Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan besarnya jumlah sampel yang akan diteliti, digunakan rumus pengambilan sampel, yaitu *Linear Time Function*. *Linear Time Function* merupakan teknik penentuan jumlah sampel yang berdasarkan estimasi kendala waktu. Teknik pengambilan sampel ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui, sehingga penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan estimasi penggunaan waktu survey. Waktu survey yang dilakukan disesuaikan dengan jam buka dan jam tutup pusat perbelanjaan yaitu antara pukul 09.00-22.00.

Besarnya jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus perhitungan yaitu:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

Keterangan :

n = Banyaknya sampel yang terpilih

T = Waktu yang tersedia untuk penelitian (3 hari x 24 Jam = 72Jam)

t_0 = Waktu tetap (6 Jam/Hari x 3hari = 18jam)

t_1 = Waktu yang digunakan untuk sampling unit (1/3Jam/hari x 3hari = 1 jam)

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dilakukan perhitungan jumlah sampel, yaitu:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1} = \frac{72 - 18}{1} = \frac{54}{1} = 54 \text{ Responden}$$

Penentuan waktu yang tersedia untuk penelitian, dipilih berdasarkan jumlah hari yang digunakan untuk melakukan penyebaran kuisioner pada setiap pusat perbelanjaan, yakni berdasarkan hari sibuk, dan hari *weekend*. Penetapan waktu tetap (t_0) dilakukan berdasarkan waktu (jam) yang digunakan untuk menyebarkan kuisioner dalam satu hari, sedangkan waktu yang digunakan untuk sampling unit,

dipilih berdasarkan estimasi waktu yang akan digunakan dalam menyebarkan kuisioner untuk satu responden.

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini sebanyak 54 responden. 54 responden tersebut hanya untuk satu pusat perbelanjaan saja. Penelitian ini dilakukan di tiga pusat perbelanjaan yang berbeda, sehingga jumlah total responden adalah 162. Dari 162 responden ini, nantinya akan disebar ke tiga pusat perbelanjaan terpilih, yaitu ke *Gorontalo Mall*, *Karsa Utama Mall*, dan *Gorontalo Business Center*.

Setelah dilakukan perhitungan jumlah sampel yang akan diteliti, kemudian dilakukan penentuan proporsi penyebaran kuisioner berdasarkan pada masing-masing pusat perbelanjaan, berdasarkan proporsi jumlah sampel yang disesuaikan dengan waktu survey. Berikut proporsi penyebaran kuisioner tersebut.

Tabel 3.5 Proporsi Penyebaran Kuisioner

Waktu Penyebaran Kuisioner	Senin	Sabtu	Minggu	Jumlah
Pagi (09.00-11.00)	6	6	6	54
Siang (16.00-18.00)	6	6	6	
Malam (20.00-22.00)	6	6	6	

Penentuan pembagian waktu penyebaran kuisioner, dilakukan berdasarkan waktu operasional pusat perbelanjaan, yakni untuk penentuan waktu pagi hari berdasarkan waktu pada saat pusat perbelanjaan tersebut mulai beroperasi, yaitu sekitar pukul 09.00 pagi. Untuk penentuan waktu sore hari berdasarkan waktu pick hour operasional pusat perbelanjaan, yaitu sekitar pukul 16.00, dan untuk penentuan waktu malam hari berdasarkan waktu tutupnya pusat perbelanjaan yaitu sekitar pukul 22.00.

Penentuan pembagian hari penyebaran kuisioner, dilakukan berdasarkan pembagian hari sibuk, dan hari *weekend*. Pembagian kuisioner pada hari sibuk dilakukan pada hari senin, yaitu pada tanggal 18 Februari 2013, sedangkan pembagian kuisioner pada hari weekend dilakukan pada hari sabtu 23 Februari 2013, dan hari minggu 24 Februari 2013. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan mendatangi langsung responden pada pusat perbelanjaan yang diteliti, dengan teknik tanya jawab langsung maupun pengisian kuisioner oleh responden.

3.7. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam penelitian, karena analisis data bertujuan untuk memecahkan atau mencari solusi dari permasalahan penelitian. Analisis data merupakan proses kompilasi dan pengolahan data, baik data primer maupun data

sekunder yang bertujuan untuk mengambil suatu kesimpulan dari sejumlah data. Penelitian mengenai Daya Tarik Pusat Perbelanjaan di Kota Gorontalo Terkait Dukungan Terhadap Kegiatan Rekreasi Remaja ini menggunakan empat analisis, yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA), analisis tabulasi silang, dan analisis faktor.

3.7.1. Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang digunakan untuk mengetahui pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja berdasarkan hubungannya dengan karakteristik pengunjung remaja. Dalam penelitian ini dilakukan tabulasi silang antara variabel karakteristik pemanfaatan (motivasi berkunjung, jenis aktivitas, frekuensi berkunjung dan lama berkunjung) dengan variabel karakteristik sosial pergerakan (usia, jenis kelamin, pendidikan/pekerjaan, asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak lokasi pergerakan, dan waktu tempuh).

Analisis tabulasi silang dilakukan dengan melihat nilai *chi-square* untuk melihat tingkat kontingensi atau hubungan antar variabel kecenderungan pemanfaatan dengan karakteristik remaja, sedangkan tabel tabulasi silangnya untuk melihat besaran atau jumlah hubungannya. Analisis tabulasi silang menggunakan inputan data yang berasal dari kuisioner yang dibagikan ke remaja pengunjung pusat perbelanjaan, dengan prosedur pengujian hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada hubungan antara motivasi berkunjung, jenis aktivitas, frekuensi berkunjung dan lama berkunjung, dengan usia, jenis kelamin, pendidikan/pekerjaan, asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak lokasi pergerakan, dan waktu tempuh.

H_1 = Terdapat hubungan antara motivasi berkunjung, jenis aktivitas, frekuensi berkunjung dan lama berkunjung, dengan usia, jenis kelamin, pendidikan/pekerjaan, asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak lokasi pergerakan, dan waktu tempuh.

3.7.2. Analisis Faktor

Analisis faktor dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi daya tarik pusat perbelanjaan, berdasarkan faktor komponen pendukung kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan. Terdapat 23 sub variabel yang digunakan, yang merupakan faktor komponen pendukung kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan, yaitu:

Tabel 3.5 Subvariabel Analisis Faktor

Variabel	Sub Variabel
X1 Komponen Dasar Pusat Perbelanjaan	● X1.1 Kebersihan
	● X1.2 Sirkulasi Vertikal
	● X1.3 Sirkulasi Horizontal
	● X1.4 Lahan Parkir
	● X1.5 Pencahayaan
X2 Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan	● X2.1 Keragaman jenis produk / jasa yang dipasarkan
	● X2.2 Kualitas Produk / jasa yang dipasarkan
	● X2.3 Kisaran harga produk / jasa yang dipasarkan
	● X2.4 Tempat Duduk (<i>Shelter</i>)
	● X2.5 Kasir
	● X2.6 Penunjuk Arah (<i>Signage</i>)
	● X2.7 Penyejuk Ruangan
	● X2.8 Kamar kecil / Toilet
	● X2.9 Mushola
	● X2.10 Ruang / Mesin ATM
	● X2.11 Pos Pelayanan
	● X2.12 Pos Keamanan
	● X2.13 Tempat Penitipan Barang
X3 Komponen Rekreasi Umum	● X.3.1 Arena bermain anak atau <i>Game Center</i>
	● X.3.2 Area <i>Foodcourt</i>
	● X.3.3 Area Restoran
X4 Komponen Rekreasi Khusus	● X.4.1 Sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)
	● X.4.2 Sarana Olahraga lainnya (Futsal, <i>Gym Center</i>)

Tujuan digunakan analisis faktor yaitu untuk mereduksi 23 sub variabel atau komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan menjadi kelompok/variabel baru yang berisikan faktor-faktor yang menjadi daya tarik pusat perbelanjaan.

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi remaja dalam mengunjungi pusat perbelanjaan, yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat koefisien *pearson correlation* untuk mengetahui hubungan antar komponen-komponen pendukung kegiatan rekreasi, yang ditandai dengan nilai sig. (2 tailed) kurang dari 0,05. Hasil uji validitas pada masing-masing pusat perbelanjaan menunjukkan terdapat sub variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 atau tidak valid. Sub variabel yang tidak valid tersebut tidak mampu mengukur suatu konstruk atau permasalahan yang akan diukur, sehingga dikeluarkan dari proses analisis.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah komponen-komponen yang telah disusun benar-benar dapat digunakan untuk menguji masalah. Komponen-komponen yang diuji dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's Alpha* dari sub variabel yang diuji

di masing-masing pusat perbelanjaan telah memenuhi syarat yaitu lebih dari 0,6. Komponen-komponen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dapat dimasukkan ke tahap selanjutnya.

2. Uji KMO (*Keiser Meyer Olkin*) dan *Barlett Test of Sphericity*

KMO merupakan tes statistik yang merupakan indikator yang menunjukkan tepat tidaknya penggunaan analisis faktor dalam suatu penelitian. Nilai KMO yang lebih dari 0,5, menunjukkan ketepatan penggunaan analisis faktor. Akan lebih baik lagi jika angka tersebut mendekati 1,0. Berdasarkan hasil uji KMO, variabel yang diuji di masing-masing pusat perbelanjaan menunjukkan nilai $KMO > 0,5$.

Jika berdasarkan hasil Uji *Bartlett's* nilai signifikan levelnya lebih kecil ($< 0,05$), maka hal tersebut menunjukkan kemungkinan adanya hubungan antar komponen-komponen pendukung kegiatan rekreasi atau komponen daya tarik pusat perbelanjaan yang diuji. Hasil Uji *Bartlett's* di ketiga pusat perbelanjaan menunjukkan nilai signifikan 0,000 artinya nilai tersebut sudah sesuai persyaratan yaitu $< 0,05$.

3. Uji MSA (*Measure Sampling Adequacy*)

Pengukuran kecukupan sampling (*Measure of Sampling Adequacy*) dilakukan dengan melihat tabel *anti-image correlation* yang diberi tanda "a" yang membentuk garis diagonal. MSA merupakan indeks yang dimiliki oleh setiap komponen daya tarik yang diuji, yang menjelaskan apakah sampel yang digunakan tersebut, cukup membuat komponen-komponen yang ada saling terkait.

Jika terdapat komponen daya tarik yang memiliki nilai MSA yang kecil ($< 0,5$), maka komponen tersebut dikeluarkan dari analisis. Berdasarkan hasil uji MSA untuk ketiga objek studi tidak terdapat sub variabel yang memiliki nilai $MSA < 0,5$ sehingga pengujian dapat dilakukan pada tahap selanjutnya.

4. Ekstraksi Faktor

Metode yang digunakan untuk melakukan ekstraksi faktor adalah metode *Principal Component Analysis* (PCA) yang bertujuan untuk memaksimumkan presentase varian yang mampu dijelaskan oleh faktor terbentuk. Untuk menentukan jumlah faktor yang dapat digunakan, dapat dilihat pada *Eigen Value* suatu faktor yang besarnya ≥ 1 , dan memiliki total keragaman $> 60\%$. Ekstraksi faktor yang dilakukan di tiga pusat perbelanjaan dilakukan dengan sekali rotasi faktor dan memiliki nilai total keragaman $> 60\%$ dengan nilai *eigen value* > 1 untuk 4 kelompok baru di masing-masing pusat perbelanjaan.

3.7.3. Analisis IPA

Analisis IPA digunakan Untuk mengetahui kinerja faktor daya tarik pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan. Terdapat 23 sub variabel yang dipergunakan di dalam analisis ini yang merupakan komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan, yang diwakili oleh huruf x dan huruf y . Huruf x merupakan persepsi pengunjung terkait tingkat kepuasan remaja terhadap komponen, sedangkan y merupakan tingkat kepentingan pengguna terhadap komponen pendukung rekreasi dalam pusat perbelanjaan tersebut. Terdapat 23 sub variabel yang merupakan komponen pendukung rekreasi dalam pusat perbelanjaan yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan tingkat kepentingannya yaitu:

Tabel 3.5 Subvariabel Analisis IPA

Variabel		Sub Variabel	
X1	Komponen Dasar Pusat Perbelanjaan	• X1.1	Kebersihan
		• X1.2	Sirkulasi Vertikal
		• X1.3	Sirkulasi Horizontal
		• X1.4	Lahan Parkir
		• X1.5	Pencahayaan
X2	Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan	• X2.1	Keragaman jenis produk / jasa yang dipasarkan
		• X2.2	Kualitas Produk / jasa yang dipasarkan
		• X2.3	Kisaran harga produk / jasa yang dipasarkan
		• X2.4	Tempat Duduk (<i>Shelter</i>)
		• X2.5	Kasir
		• X2.6	Penunjuk Arah (<i>Signage</i>)
		• X2.7	Penyejuk Ruangan
		• X2.8	Kamar kecil / Toilet
		• X2.9	Mushola
		• X2.10	Ruang / Mesin ATM
		• X2.11	Pos Pelayanan
		• X2.12	Pos Keamanan
		• X2.13	Tempat Penitipan Barang
X3	Komponen Rekreasi Umum	• X.3.1	Arena bermain anak atau <i>Game Center</i>
		• X.3.2	Area <i>Foodcourt</i>
		• X.3.3	Area Restoran
X4	Komponen Rekreasi Khusus	• X.4.1	Sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)
		• X.4.2	Sarana Olahraga lainnya (Futsal, <i>Gym Center</i>)

Pembobotan yang digunakan yaitu menggunakan skala *likert* dengan lima tingkatan, sehingga mempunyai variabilitas respon yang lebih lengkap. Pembobotan ini menjadi acuan dalam penyusunan kuisioner. Alur analisis IPA yang dilakukan yaitu dengan menentukan tingkat kesesuaian serta membagi komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan ke dalam diagram kartesius.

1. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan nilai kepuasan komponen pendukung rekreasi dalam pusat Perbelanjaan x dengan nilai kepentingannya y . Tingkat kesesuaian ini akan menggambarkan kepuasan remaja terhadap komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat Perbelanjaan. Jika kinerja pelayanan sebanding dengan nilai kepentingan atau lebih dari 100%, maka pengunjung dapat dikatakan sangat puas, sedangkan jika tingkat kesesuaiannya dibawah 100%, hal tersebut menandakan terdapat satu atau beberapa aspek yang perlu ditingkatkan kualitasnya.

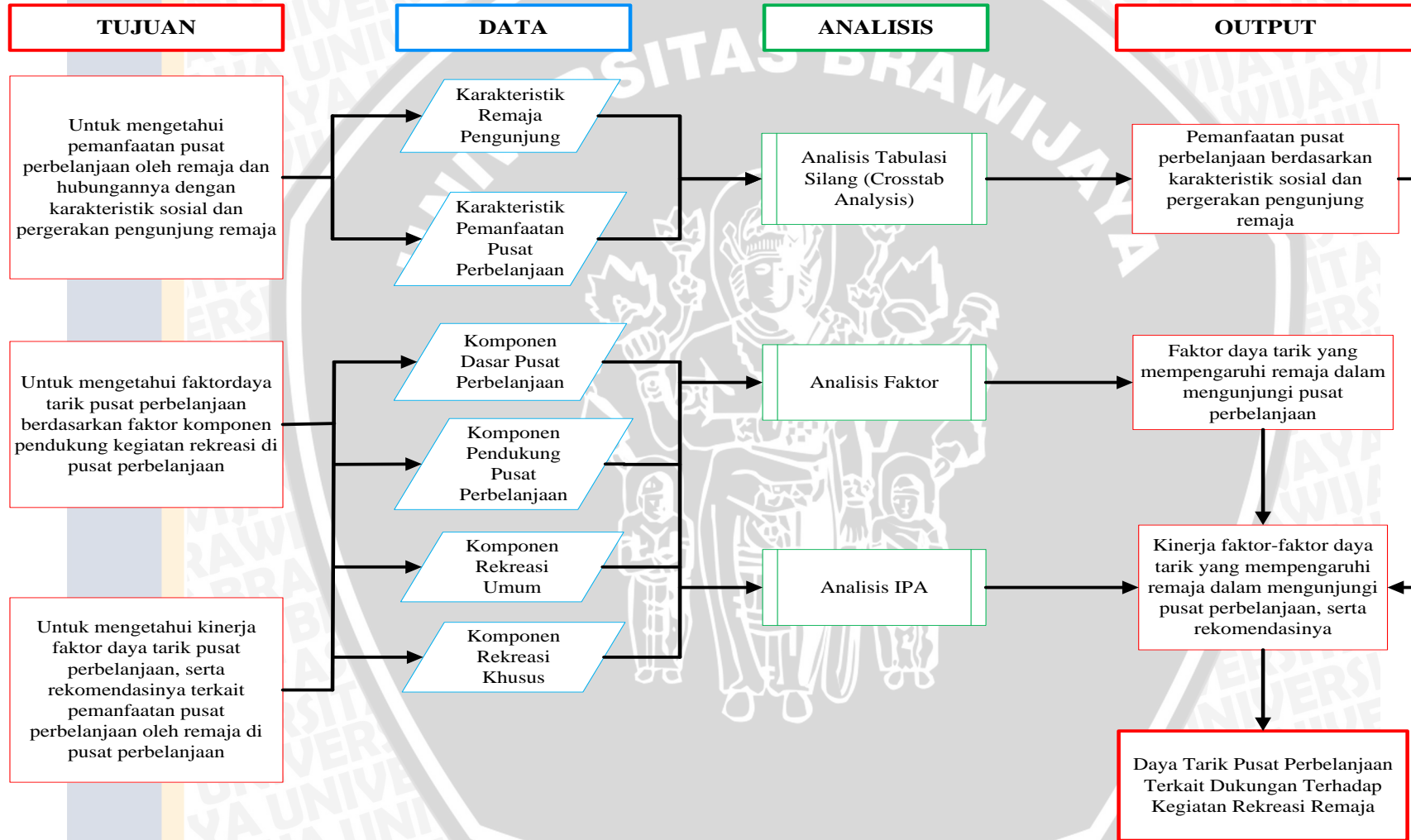
2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan diagram dua dimensi dengan kordinat (x) merupakan nilai kepuasan / *supply* x dan kordinat (y) merupakan nilai kepentingan / *demand* y . Diagram kartesius terdiri dari empat buah kuadran. Penempatan kuadran tersebut berdasarkan hasil perhitungan rumus. Nilai x , y tertinggi adalah 270, dengan asumsi bahwa responden memberikan nilai persepsi pada semua subvariabel/komponen dengan bobot 5, yaitu dengan persepsi sangat puas dan sangat penting. Nilai x , y terendah adalah 54, dengan asumsi bahwa responden memberikan nilai persepsi pada semua subvariabel/komponen dengan bobot 1, yaitu dengan persepsi sangat tidak puas dan sangat tidak penting. Untuk nilai sumbu (x), (y) tertinggi adalah 5 dan untuk nilai sumbu (x), (y) terendah adalah 1.

Setelah perhitungan nilai kordinat, masing-masing subvariabel ditempatkan ke dalam salah satu dari empat kuadran kepentingan kinerja, yaitu:

- 1) Kuadran 1: *Keep Up The good Work* (Pertahankan Kinerja)
- 2) Kuadran 2: *Possible Overkill* (Cenderung Berlebihan)
- 3) Kuadran 3: *Low Priority* (Prioritas Rendah)
- 4) Kuadran 4: *Concentrate Here* (Tingkatkan Kinerja)

3.8. Kerangka Analisis



Gambar 3.2 Kerangka Analisis

3.9. Desain Survey

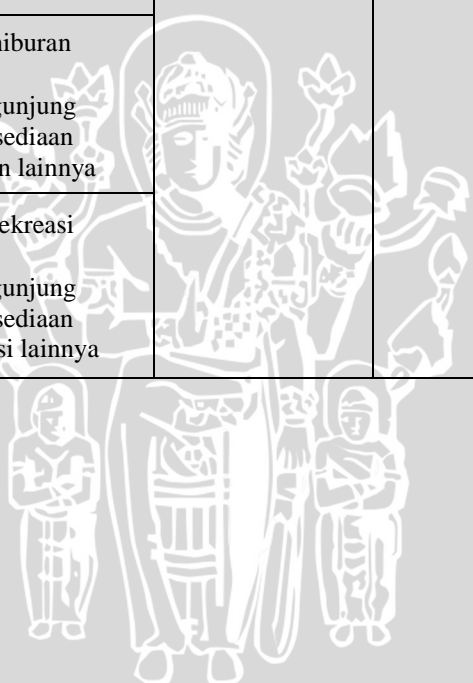
Tabel 3.6 Desain Survey Penelitian

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Diperlukan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data	Output
Untuk mengetahui karakteristik pemanfaatan pusat perbelanjaan dan hubungannya dengan karakteristik sosial dan pergerakan pengunjung	Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan	Motivasi / Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> Motivasi / tujuan berkunjung ke pusat perbelanjaan 	Pengunjung remaja di pusat perbelanjaan <i>Gorontalo Mall, Karsa Utama Mall, dan Gorontalo Business Centre</i>	Survey Primer: <ul style="list-style-type: none"> Observasi / Pengamatan Langsung Wawancara / Kuisioner 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis Deskriptif dengan menggunakan sebaran frekuensi berupa tabel dan diagram. 	<ul style="list-style-type: none"> Karakteristik pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja
		Jenis Aktivitas	<ul style="list-style-type: none"> Jenis aktivitas yang dilakukan di dalam pusat perbelanjaan 				
		Frekuensi Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> Frekuensi berkunjung ke pusat perbelanjaan 				
		Lama Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> Lama berkunjung ke pusat perbelanjaan 				
	Karakteristik Sosial	Usia	<ul style="list-style-type: none"> Usia remaja pengunjung pusat perbelanjaan 				
		Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> Jenis pekerjaan pengunjung 				
		Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> Jenis kelamin pengunjung 				
	Karakteristik Pergerakan	Asal	<ul style="list-style-type: none"> Asal pengunjung pusat perbelanjaan 			<ul style="list-style-type: none"> Analisis Tabulasi Silang antara pemanfaatan pusat perbelanjaan dengan karakteristik 	<ul style="list-style-type: none"> Hubungan pemanfaatan pusat perbelanjaan dengan karakteristik pengunjung
		Moda	<ul style="list-style-type: none"> Jenis moda yang digunakan 				

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Diperlukan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data	Output
		Jarak Tempuh	<ul style="list-style-type: none"> Jarak tempuh dari rumah pengunjung ke pusat perbelanjaan 			remaja	remaja
		Waktu Tempuh	<ul style="list-style-type: none"> Waktu tempuh menuju pusat perbelanjaan 				
Untuk mengetahui faktor daya tarik pusat perbelanjaan berdasarkan komponen dasar, komponen pendukung, komponen rekreasi umum, dan komponen rekreasi khusus di pusat perbelanjaan	Komponen Dasar Pusat Perbelanjaan	Tingkat Kebersihan	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung tentang tingkat kebersihan pusat perbelanjaan 	<ul style="list-style-type: none"> Pengunjung <i>Gorontalo Mall, Karsa Utama Mall, dan Gorontalo Business Centre</i> Pengelola <i>Gorontalo Mall, Karsa Utama Mall, dan Gorontalo Business Centre</i> 	Survey Primer: <ul style="list-style-type: none"> Observasi / Pengamatan Langsung Wawancara / Kuisioner Survey Sekunder: <ul style="list-style-type: none"> Survey ke pengelola pusat perbelanjaan 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis Faktor untuk melihat daya tarik komponen pendukung kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan 	Faktor daya tarik pusat perbelanjaan berdasarkan faktor komponen pendukung, komponen rekreasi umum, dan komponen rekreasi khusus di pusat perbelanjaan
		Penyediaan Sirkulasi Vertikal	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah dan letak sirkulasi vertikal Persepsi pengunjung terkait Penyediaan sirkulasi vertikal 				
		Penyediaan Sirkulasi Horizontal	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah dan letak sirkulasi horizontal Persepsi pengunjung terkait Penyediaan sirkulasi horizontal 				
		Kapasitas Lahan Parkir	<ul style="list-style-type: none"> Luas lahan parkir Persepsi pengunjung terkait kapasitas lahan parkir . 				
		Pencahayaan	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait pencahayaan di pusat perbelanjaan 				
	Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan	Produk / Komoditas yang ditawarkan	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait keragaman jenis produk yang dijual 				
			<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait kualitas komoditas 				

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Diperlukan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data	Output
			yang dipasarkan				
			<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait kisaran harga komoditas yang dipasarkan 				
		Jumlah Kasir	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait Jumlah kasir dan proses pembayarannya 				
		Jumlah dan letak Tempat Duduk (Shelter)	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah dan letak tempat duduk Persepsi pengunjung terkait penyediaan tempat duduk di pusat perbelanjaan terpilih 				
		Penunjuk Arah (Signage)	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait penyediaan penunjuk arah atau direktori pusat belanja di pusat perbelanjaan 				
Untuk mengetahui kinerja komponen dasar, komponen pendukung, komponen rekreasi umum, dan komponen rekreasi khusus pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan		Kinerja penyejuk Ruangan	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait kinerja Penyejuk Udara 	<ul style="list-style-type: none"> Pengunjung <i>Gorontalo Mall, Karsa Utama Mall, dan Gorontalo Business Centre</i> Pengelola <i>Gorontalo Mall, Karsa</i> 	Survey Primer: <ul style="list-style-type: none"> Observasi / Pengamatan Langsung Wawancara / Kuisioner Survey Sekunder: <ul style="list-style-type: none"> Survey ke pengelola pusat 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> untuk melihat kinerja komponen berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan remaja 	Kinerja faktor komponen pendukung, komponen rekreasi umum, dan komponen rekreasi khusus di pusat perbelanjaan, serta rekomendasinya terkait
		Kondisi Kamar kecil / Toilet	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah kamar kecil / Toilet Persepsi pengunjung terkait kondisi kamar kecil / Toilet 				
		Jumlah dan kinerja prasarana pendukung	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah Mushola dan sarana prasarana pendukungnya Persepsi pengunjung 				

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Diperlukan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data	Output
oleh remaja di pusat perbelanjaan		Mushola	terkait kondisi Mushola dan sarana prasarana pendukungnya	<i>Utama Mall, dan Gorontalo Business Centre</i>	perbelanjaan		pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja di pusat perbelanjaan
		Jumlah dan letak Ruang / Mesin ATM	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah dan letak ruang / mesin ATM Persepsi pengunjung terkait ruang / mesin ATM 				
		Kinerja Pos Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait kinerja pos pelayanan atau pusat informasi 				
		Kinerja Pos Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah dan kondisi ruang keamanan / pos keamanan Persepsi pengunjung terkait kinerja ruang keamanan / pos keamanan 				
		Kinerja Tempat Penitipan Barang	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait kondisi pelayanan tempat penitipan barang 				
	Komponen Rekreasi Umum	Letak dan kinerja Arena bermain anak atau <i>Game Center</i>	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait letak dan kinerja arena bermain anak atau game center di pusat perbelanjaan 				
		Letak dan kinerja area <i>Foodcourt</i>	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung terkait penyediaan area <i>foodcourt</i> di pusat perbelanjaan 				

Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Data yang Diperlukan	Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data	Output
	Komponen Rekreasi Khusus	Jumlah dan kinerja area restoran	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi pengunjung tentang penyediaan restoran di pusat perbelanjaan 				
		Ketersediaan sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)	<ul style="list-style-type: none"> Jenis sarana hiburan lainnya Persepsi pengunjung tentang ketersediaan sarana hiburan lainnya 				
		Ketersediaan sarana Olahraga lainnya (Futsal, GYM Center)	<ul style="list-style-type: none"> Jenis sarana rekreasi lainnya Persepsi pengunjung tentang ketersediaan sarana rekreasi lainnya 				