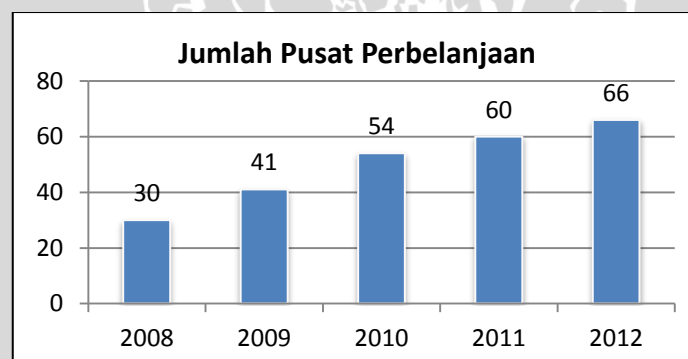


BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kondisi Pusat Perbelanjaan di Kota Gorontalo

Perkembangan pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo sejalan dengan visi Kota Gorontalo yaitu sebagai Kota *Entrepreneur*, dengan salah satu misinya yaitu menjadikan Gorontalo sebagai pusat perdagangan dan jasa di kawasan teluk tomini dan sekitarnya. Dengan adanya visi dan misi tersebut, maka pengembangan sektor perdagangan di Kota Gorontalo terus dikembangkan, dalam hal ini yaitu pengembangan pusat-pusat perbelanjaan.

Perkembangan pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo ditandai dengan bertambahnya jumlah pusat perbelanjaan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Gorontalo, setiap tahunnya jumlah pusat perbelanjaan bertambah, dengan data terakhir yaitu tahun 2012 jumlah pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo sebanyak 66 pusat perbelanjaan. Jenis pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo semakin beragam mulai dari *supermarket*, *department store*, pertokoan terpadu, mal, dengan fasilitas di masing-masing pusat perbelanjaan pun yang semaki beragam.

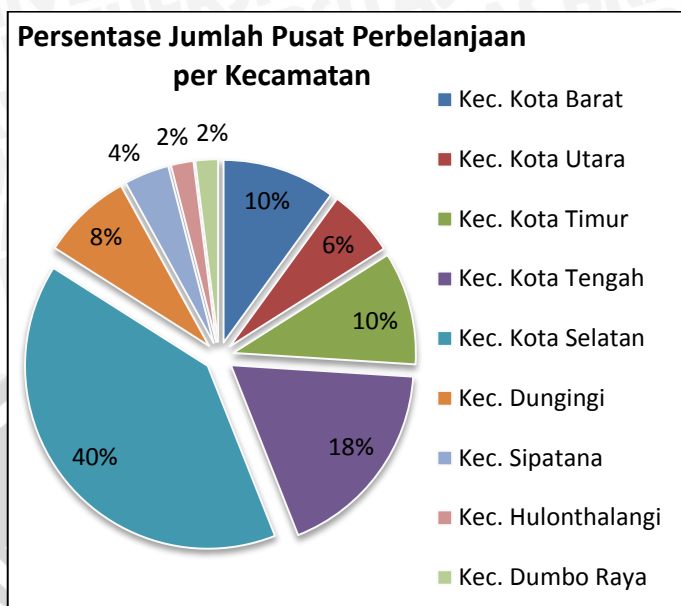


Gambar 4.1 Jumlah Pusat Perbelanjaan di Kota Gorontalo Tahun 2008-2012

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Gorontalo

Berdasarkan data dari Kota Gorontalo Dalam Angka Tahun 2012, 40% persebaran pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo terbanyak berada di Kecamatan Kota Selatan, karena selain Kecamatan Kota Selatan merupakan pusat dari Kota Gorontalo, di kecamatan ini terdapat pusat perdagangan Kota Gorontalo atau yang lebih dikenal dengan sebutan Kawasan Kota Tua. Perkembangan pusat perbelanjaan di Kecamatan Kota Selatan ini sejalan dengan kebijakan RTRW Kota Gorontalo terkait pusat perbelanjaan dan toko modern, yang diarahkan di Kecamatan Kota Selatan, tepatnya di

Kelurahan Limba U I, dan Limba U II, serta di sekitar kawasan Kota Tua di Kelurahan Biawao dan Kelurahan Limba B.



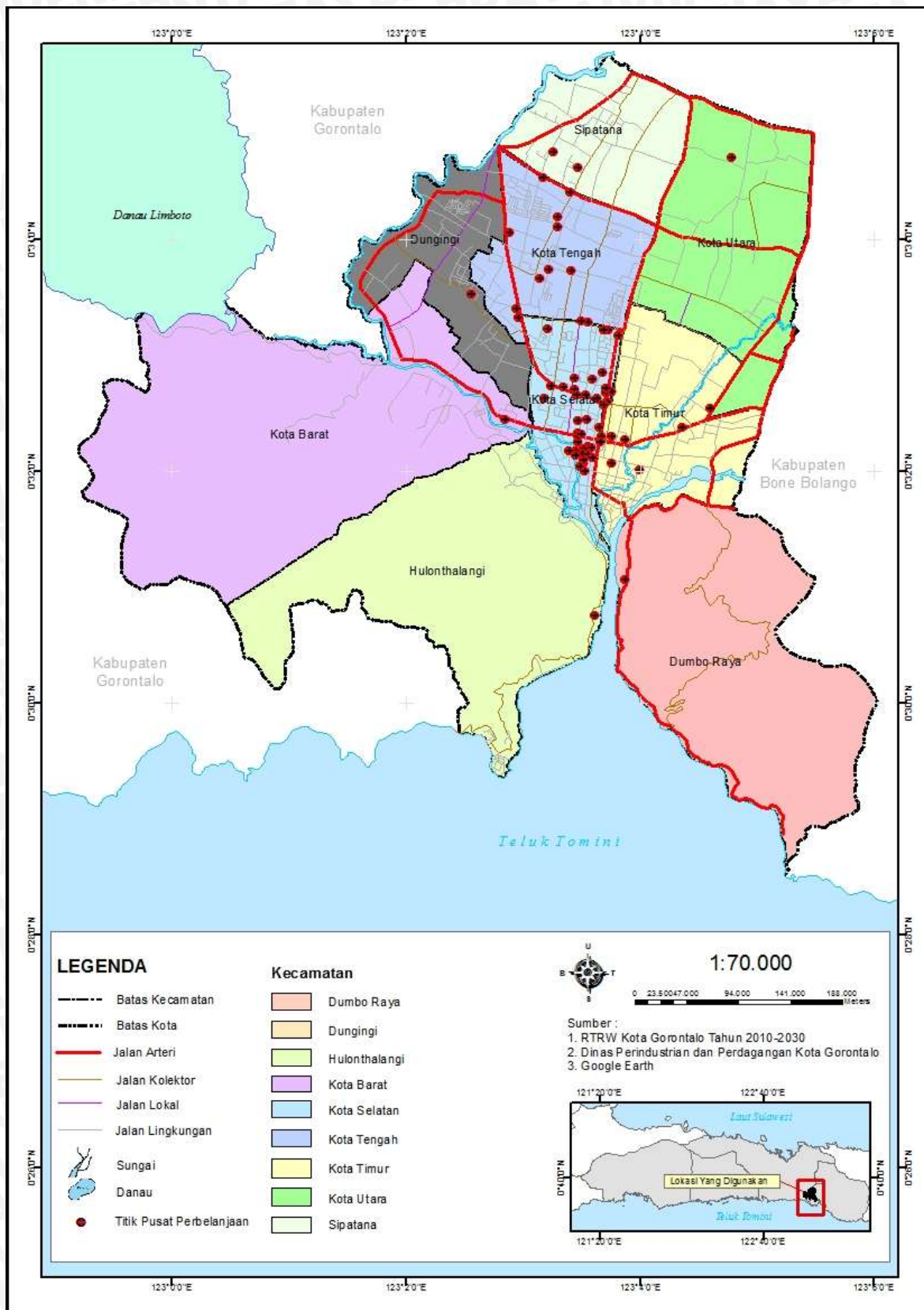
Gambar 4.2 Diagram Persentase Pusat Perbelanjaan per Kecamatan di Kota Gorontalo

Sumber : Kota Gorontalo Dalam Angka 2012

Sampai dengan tahun 2012 telah berdiri 66 pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo dengan jenisnya yang beragam, dan beberapa diantaranya telah menyediakan berbagai fasilitas dan sarana pendukung kegiatan rekreasi bagi pengunjungnya seperti *supermarket* dan *department store*, *foodcourt*, restoran, arena bermain, *café*, dan fasilitas lainnya. Beberapa pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo yang menjadi tujuan berbelanja ataupun beraktivitas lainnya oleh masyarakat Kota Gorontalo terutama remaja seperti *Mega Zanur Mall*, *Karsa Utama Mall*, *Gorontalo Mall*, *Gorontalo Business Centre*, *Santika Department Store*, *Makro Department Store*, *Roberta*, dan pusat perbelanjaan lainnya yang masing-masing memiliki fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan rekreasi.

Tabel 4.1 Contoh Pusat Perbelanjaan di Kota Gorontalo dan Fasilitas yang Tersedia

Pusat Perbelanjaan	Fasilitas yang Tersedia
<i>Mega Zanur Mall</i>	<i>Anchor Tenant</i> berupa <i>Gelael Supermarket</i> , <i>Kentucky Fried Chicken (KFC)</i> , arena bermain anak, <i>café</i>
<i>Karsa Utama Mall</i>	<i>Supermarket</i> dan <i>Department Store</i> , <i>Arena Bermain Anak</i> , <i>Restoran</i> , <i>Gym Centre</i> , <i>Ruang Rapat</i>
<i>Gorontalo Mall</i>	Berbagai <i>Anchor Tenant</i> seperti <i>Hypermart</i> , <i>Matahari Department Store</i> , <i>Gramedia</i> , <i>restoran</i> , <i>foodcourt</i> , arena bermain anak, <i>café</i>
<i>Makro Department Store</i>	<i>Supermarket</i> dan <i>Department Store</i> , <i>Restaurant/Foodcourt</i>
<i>Santika Department Store</i>	<i>Supermarket</i> dan <i>Department Store</i> , arena bermain anak, <i>restoran</i>
<i>Gorontalo Business Centre</i>	<i>Anchor Tenant</i> seperti <i>California Fried Chicken (CFC)</i> , berbagai macam <i>restoran</i> , <i>café</i> , <i>supermarket</i> , <i>karaoke keluarga</i> .



Gambar 4.3 Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan di Kota Gorontalo

4.2. Gambaran Umum Kondisi Sarana Rekreasi di Kota Gorontalo

Sarana rekreasi yang berada di kota Gorontalo terdiri kawasan maupun objek rekreasi, dengan pembagian jenisnya yaitu kawasan atau objek rekreasi/wisata alam, kawasan atau objek rekreasi buatan, dan kawasan atau objek rekreasi cagar budaya.

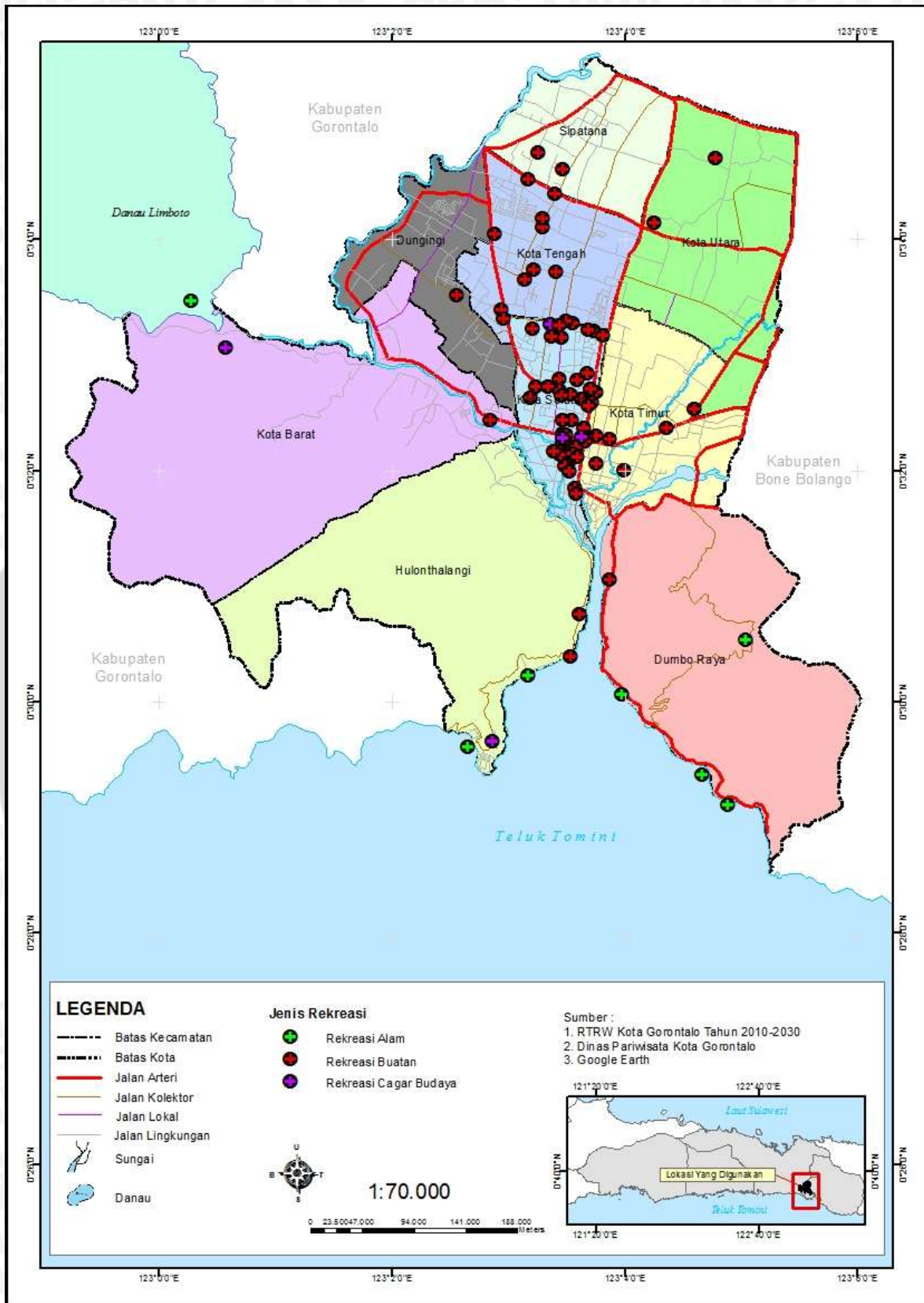
Berdasarkan data kunjungan masyarakat ke kawasan atau objek rekreasi di Kota Gorontalo, kawasan atau objek rekreasi yang sering dikunjungi yaitu kawasan atau objek rekreasi buatan, seperti lapangan taruna remaja, kolam renang lahilote, pemandian bak potanga, dan taman kota, serta kawasan atau objek rekreasi cagar budaya seperti benteng otanaha. Rata-rata pengunjung di kelima kawasan atau objek rekreasi tersebut hanya sedikit yaitu 175 orang per minggunya. Hal ini disebabkan karena kegiatan aktivitas rekreasi remaja di Kota Gorontalo tidak sebanding dengan penyediaan sarana rekreasi. Sejumlah sarana rekreasi yang ada di Kota Gorontalo saat ini belum dikelola secara optimal, bahkan beberapa diantaranya tidak terawat (Tribun Gorontalo, 11 Desember 2011).

Gambaran umum mengenai kondisi sarana rekreasi di Kota Gorontalo dijelaskan berdasarkan karakteristik lokasi, fasilitas yang tersedia serta aktivitas yang dapat dilakukan. Aktivitas yang dapat dilakukan di masing-masing kawasan/objek rekreasi terdiri dari *something to do*, *something to see*, serta *something to buy*. Penilaian *something to do* meliputi penilaian berdasarkan aktivitas atau kegiatan pengunjung di dalam kawasan/obyek rekreasi. *Something to see* artinya apa yang hanya dapat dinikmati oleh pengunjung dengan melihat-lihat saja. *Something to buy* dapat diartikan sebagai kegiatan pengunjung untuk membelanjakan uangnya di dalam kawasan/obyek rekreasi.

Tabel 4.2 Karakteristik Objek/Kawasan Rekreasi di Kota Gorontalo

Jenis Rekreasi	Tempat Rekreasi	Lokasi	Jenis Kegiatan	Keterangan
Rekreasi Alam	Pantai Karang Citra	Kelurahan Leato Utara, Kecamatan Dumbo Raya	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do.</i> (Berkeliling menikmati pemandangan, makan, • <i>Something to see.</i> (Keindahan pantai) • <i>Something to buy.</i> (makanan khas hasil laut) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu berkeliling sambil menikmati pemandangan sore hari dan melihat matahari terbenam, atau menikmati makanan khas hasil tangkapan laut (<i>seafood</i>).
	Pantai Indah Pohe	Kelurahan Pohe, Kecamatan Hulonthalangi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do.</i> (Berenang, menikmati pemandangan) • <i>Something to see.</i> (Keindahan pantai, batu besar yang menyerupai bekas telapak kaki) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu berenang atau melihat pemandangan indah dilepas pantai Teluk Tomini, serta melihat salah satu batu besar yang dipercayai oleh masyarakat sekitar sebagai bekas telapak kaki Lahilote.
	Pantai Tanjung Keramat	Kecamatan Hulonthalangi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do.</i> (Berenang) • <i>Something to see.</i> (Pemandangan pantai) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu berenang atau melihat pemandangan indah dilepas pantai
	Pantai Easter	Kecamatan Dumbo Raya	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (berenang, menikmati pemandangan, menginap) • <i>Something to see</i> (keindahan pantai, pemandangan di sekitar pantai dan tebing) • <i>Something to do</i> (berenang, menikmati pemandangan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu berenang atau melihat pemandangan di sekitar pantai, tebing, dan saat matahari terbenam • Terdapat satu vila yang bisa disewa pengunjung
	Pantai Molotapu	Kecamatan Dumbo Raya	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see</i> (pemandangan di sekitar pantai) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu berenang atau melihat pemandangan indah dilepas pantai
	Danau Limboto	Kelurahan Dembe I dan Lekobalo Kecamatan Kota Barat	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (wisata air, menikmati pemandangan sekitar danau, makan) • <i>Something to see</i> (keindahan pemandangan danau) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menikmati makanan yang disediakan di rumah makan terapung • Danau limboto merupakan area wisata air dengan konsep pelestarian dan pengelolaan danau secara komprehensif dan sebagai kawasan wisata dan konservasi.
	Puncak Leato	Kelurahan Leato, Kecamatan Dumbo Raya	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (menikmati pemandangan) • <i>Something to see</i> (keindahan pemandangan pegunungan, bangunan kantor gubernur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemandangan dari atas pegunungan yang mengarah ke arah laut serta ke arah pusat Kota Gorontalo. Adanya kantor gubernur dengan arsitektural khas gorontalo menjadi daya tarik lainnya.
Rekreasi Buatan	Kolam Renang Lahilote Kawasan Tangga Dua Ribu	Kelurahan Limba U II, Kecamatan Kota Selatan Kelurahan Pohe, Kecamatan Hulonthalangi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do.</i> (Berenang, makan) • <i>Something to buy.</i> (makanan khas) • <i>Something to do.</i> (berkumpul, makan, melihat pemandangan pandai) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengunjung dapat berenang di dua kolam renang yang disediakan, serta menikmati makan/jajanan yang dijual • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu menikmati sejuknya pinggiran pantai atau menunggu matahari terbenam, sambil

Jenis Rekreasi	Tempat Rekreasi	Lokasi	Jenis Kegiatan	Keterangan
	Lapangan Taruna	Kecamatan Kota Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see.</i> (pemandangan pantai) • <i>Something to buy.</i> (makan khas) • <i>Something to do</i> (<i>sightseeing</i>, makan, bermain skateboard, berolahraga) • <i>Something to see</i> (monument/patung pahlawan nasional Nani Wartabone) • <i>Something to buy</i> (makanan khas) 	menikmati jagung bakar
	Taman Kota	Kelurahan Limba U, Kecamatan Kota Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (Berkumpul, bermain, makan) • <i>Something to see</i> (Atraksi komunitas) • <i>Something to buy</i> (makanan khas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu bermain skateboard di arena skateboard yang ada, bermain basket, bola kaki, tenis, dan lainnya. Serta menikmati berbagai macam makanan yang dijual di pasar jajan. • Terdapat monument/patung pahlawan nasional Nani Wartabone • Berkumpul, bermain di area playground, serta membeli makanan yang dijual di tenda-tenda pedagang kaki lima, sambil melihat pertunjukan/atraksi yang ditampilkan.
	Waterboom Tiara Park	Kecamatan Kota Utara	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (berenang, bermain, makan, berkumpul) 	<ul style="list-style-type: none"> • Berenang, bermain di wahana-wahana yang tersedia, jalan-jalan atau sekedar duduk-duduk sambil menikmati makanan yang dijual
	Stadion Kota	Kelurahan Limba U, Kecamatan Kota Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (berolahraga) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu kegiatan rekreasi dalam bidang olahraga.
Rekreasi Budaya	Kawasan Benteng Otanaha	Kelurahan Dembe I, Kecamatan Kota Barat	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (berkeliling menikmati pemandangan) • <i>Something to see</i> (pemandangan, bangunan benteng dengan arsitektural khas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu mengelilingi area benteng, mengunjung tiga benteng utama yaitu benteng otanaha, benteng otahiya dan benteng ulupatu sambil melihat pemandangan yang indah ke arah danau limboto dan Kota Gorontalo
	Rumah Adat Dulohupa	Kelurahan Limba U II, Kecamatan Kota Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do</i> (musyawarah adat, mengelilingi bangunan rumah adat) • <i>Something to see</i> (replika Rumah Adat Gorontalo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan yang dapat dilakukan yaitu melihat-lihat kekayaan budaya dan arsitektur khas yang dimiliki replika rumah adat. Selain itu rumah adat juga digunakan sebagai balai Musyawarah Adat Bandayo Dulohupa.
	Klenteng Tanjung Naga	Kecamatan Hulonthalangi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see</i> (Bangunan klenteng yang memiliki arsitektur khas) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do.</i> Adanya kegiatan keagamaan, maupun perayaan hari-hari besar keagamaan. • <i>Something to see.</i> Melihat-lihat kekayaan budaya berupa arsitektur khas yang dimiliki bangunan tua dan bersejarah.
	Klenteng Kota	Kelurahan Biawao Kecamatan Kota Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see</i> (Bangunan klenteng yang memiliki arsitektur khas, atraksi pada saat perayaan agama) 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to do.</i> Adanya kegiatan keagamaan, maupun perayaan hari-hari besar keagamaan. • <i>Something to see.</i> Melihat-lihat kekayaan budaya berupa arsitektur khas yang dimiliki bangunan tua dan bersejarah, serta melihat atraksi pada saat perayaan keagamaan.



Gambar 4.4 Peta Persebaran Sarana Rekreasi di Kota Gorontalo

4.3. Analisis Karakteristik Pusat Perbelanjaan

4.3.1 Analisis Karakteristik Komponen Pendukung Rekreasi

Karakteristik komponen pendukung rekreasi menjelaskan ketersediaan dan kondisi komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan. Pembahasan karakteristik komponen pendukung rekreasi dilakukan dengan mengacu pada teori komponen pendukung kegiatan rekreasi pada pusat perbelanjaan, yaitu komponen dasar pusat perbelanjaan, komponen pendukung pusat perbelanjaan, komponen rekreasi umum, dan komponen rekreasi khusus.

- 1) Komponen Dasar Pusat Belanja, yaitu komponen dasar/wajib bagi suatu pusat Perbelanjaan agar dapat berjalan sesuai dengan fungsinya. Contohnya yaitu, tingkat kebersihan, sirkulasi vertikal, sirkulasi horizontal, lahan parkir, dan pencahayaan.
- 2) Komponen Pendukung Pusat Belanja, yaitu komponen yang mendukung fungsi dari pusat Perbelanjaan tersebut. Komponen pendukung ini menjadi nilai tambah dari suatu pusat Perbelanjaan, seperti keragaman *anchor tenant*, tempat duduk, *signage*, toilet, mushola, ruang ATM, dan lainnya.
- 3) Komponen Rekreasi Umum, yaitu komponen rekreasi yang secara umum sudah disediakan oleh suatu pusat Perbelanjaan untuk menarik pengunjung, seperti *Foodcourt*, restoran, arena bermain anak, dan lainnya.
- 4) Komponen Rekreasi Khusus, yaitu komponen rekreasi yang masih jarang ditemui di suatu pusat Perbelanjaan, karena penyediaannya masih dikhususkan atau terbatas pada pusat Perbelanjaan tertentu saja. Misalnya gedung bioskop, *ice skating*, dan lainnya.

A. Gorontalo Mall

Gorontalo Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan di Kota Gorontalo yang berada di dalam kawasan *Gorontalo Business Park*. PT Primerindo Kencana mengembangkan kawasan *Business Park* Gorontalo ini dengan 121 unit ruko/rukan dan 1 unit *Mall* yaitu *Gorontalo Mall*, sehingga *Gorontalo Mall* ini dikembangkan dengan konsep *One Stop Shopping* dan menjadi salah satu fasilitas belanja maupun rekreasi bagi masyarakat Kota Gorontalo. Pusat perbelanjaan ini dibuka 8 Desember 2011 dengan luas 19.792 m² dan terdiri dari 4 lantai dan berada didalam satu bangunan hotel yaitu Maqna Hotel.



Gambar 4.5 Maqna Hotel yang Menjadi Satu Bagian dengan Bangunan *Gorontalo Mall*

Gorontalo Mall terletak di Jalan Sultan Botutihe Kota Gorontalo, dan berada di Kecamatan Timur yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Kota Selatan, dengan guna lahan di sekitarnya yaitu kawasan perdagangan dan jasa, kawasan perkantoran, pekerjaan, dan kawasan permukiman, yang menjadikan pusat perbelanjaan ini ramai dikunjungi tidak hanya saat *weekend*, tetapi saat *weekday* atau jam kerja/sekolah.

B. Gorontalo Business Centre

Gorontalo Business Centre merupakan kawasan pertokoan terpadu dengan konsep *Trade Centre* yang dikembangkan oleh PT. Mawar Sharron Property. terdiri dari 2-3 lantai pertokoan yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat mulai dari restaurant, berbagai jenis toko, sampai fasilitas hiburan seperti karaoke keluarga. Berdasarkan data dari *siteplan* pembangunan *Gorontalo Business Centre*, kawasan ini terdiri dari 35 unit ruko/rukan, *supermarket*, *trade centre*, *waterboom*, wahana permainan anak, serta didukung fasilitas parkir yang luas. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada bulan februari 2013, Gorontalo Business Centre masih tahap pengembangan, tetapi beberapa *anchor tenant* atau beberapa gerai usaha berskala nasional dapat dijumpai di pusat perbelanjaan ini.



Gambar 4.6 Bagian Depan *Gorontalo Business Centre*

Selain dua gerai usaha berskala nasional, di pusat perbelanjaan ini terdapat berbagai pilihan restoran, *gym centre*, salon dan spa, perkantoran swasta, *café* atau kedai kopi, dan lainnya. Gorontalo Business Centre terletak di Jalan Jendral Sudirman dan berada di Kecamatan Kota Selatan yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Kota Tengah, dengan guna lahan disekitarnya yaitu permukiman, pemerintahan dan pelayanan umum, serta pendidikan. Letak *Gorontalo Business Centre* ini menjadi strategis karena berada di kawasan perkantoran terpadu pemerintahan Kota Gorontalo.

C. Karsa Utama Mall

Karsa Utama Mall jika dibandingkan dengan dua pusat perbelanjaan sebelumnya, merupakan pusat perbelanjaan dengan skala besar pertama yang dibangun di Kota Gorontalo, tepatnya pada tanggal 12 November 2000. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola Karsa Utama Mall, awalnya pusat perbelanjaan ini bernama Karsa Utama Supermarket yang hanya terdiri dari supermarket saja, kemudian lama kelamaan dilengkapi dengan *department store*. Beberapa tahun terakhir ini, pihak pengelola Karsa Utama Mall menyadari bahwa semakin lama kebutuhan masyarakat Kota Gorontalo semakin bertambah dan beragam, sehingga penambahan berbagai fasilitas pendukung dilakukan, misalnya penambahan arena bermain, *restaurant/foodcourt*, *gym centre*, dan ruang rapat.



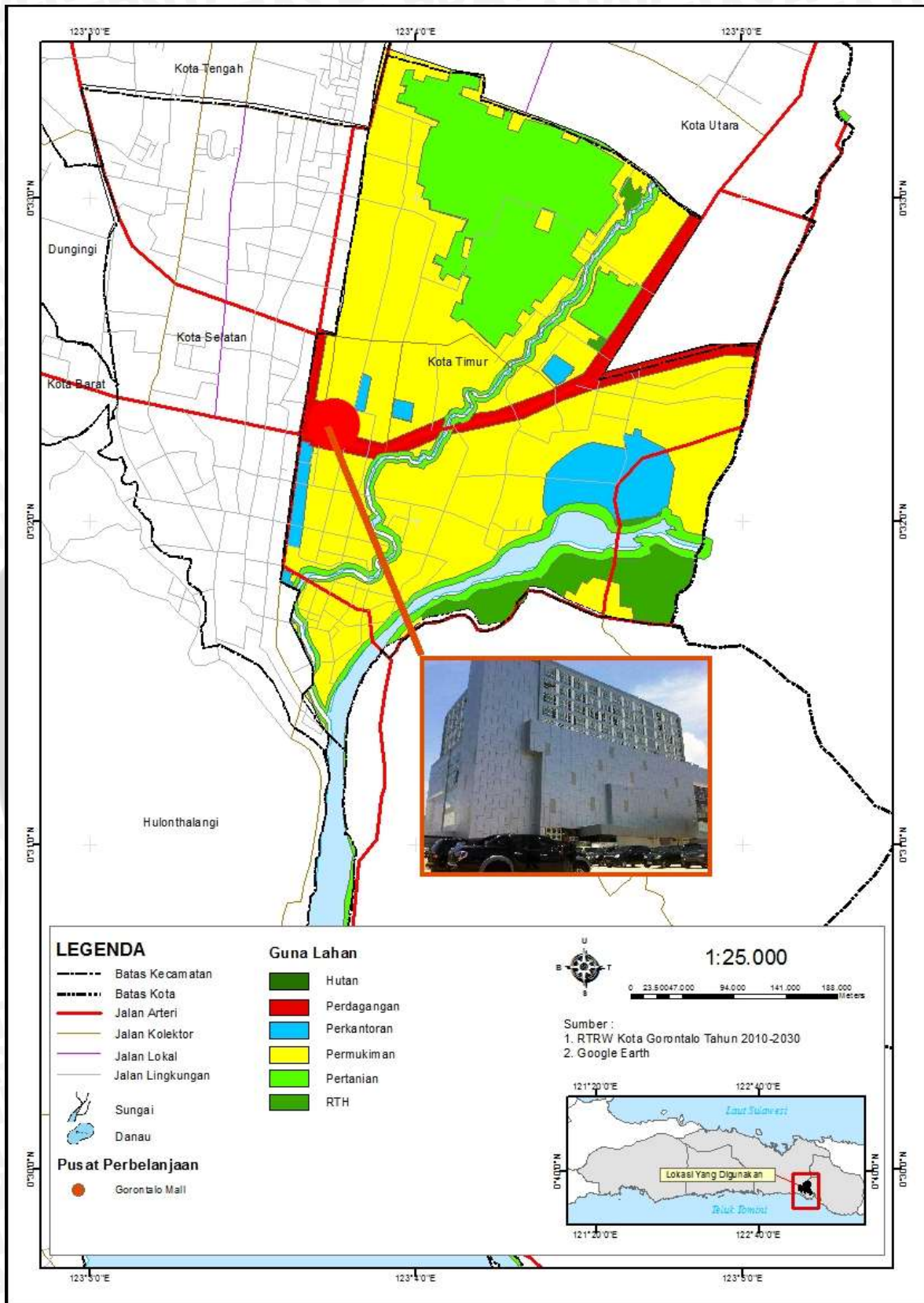
Gambar 4.7 Bagian Depan Karsa Utama Mall

Karsa Utama Mall terdiri dari 5 lantai, dengan pembagian peruntukkan lantainya yaitu lantai 1 untuk supermarket dan campuran, lantai 2 untuk *department store*, lantai 3 untuk *department store* dan *game centre*, lantai 4 untuk *restaurant* dan *Gym Centre*, dan lantai 5 merupakan ruang rapat. *Karsa Utama Mall* berada di pusat Kecamatan Kota Selatan dan berada di dalam kawasan pusat perdagangan kota tua Kota Gorontalo dengan guna lahan kawasan sekitar yaitu kawasan perdagangan dan jasa dan serta perkantoran.

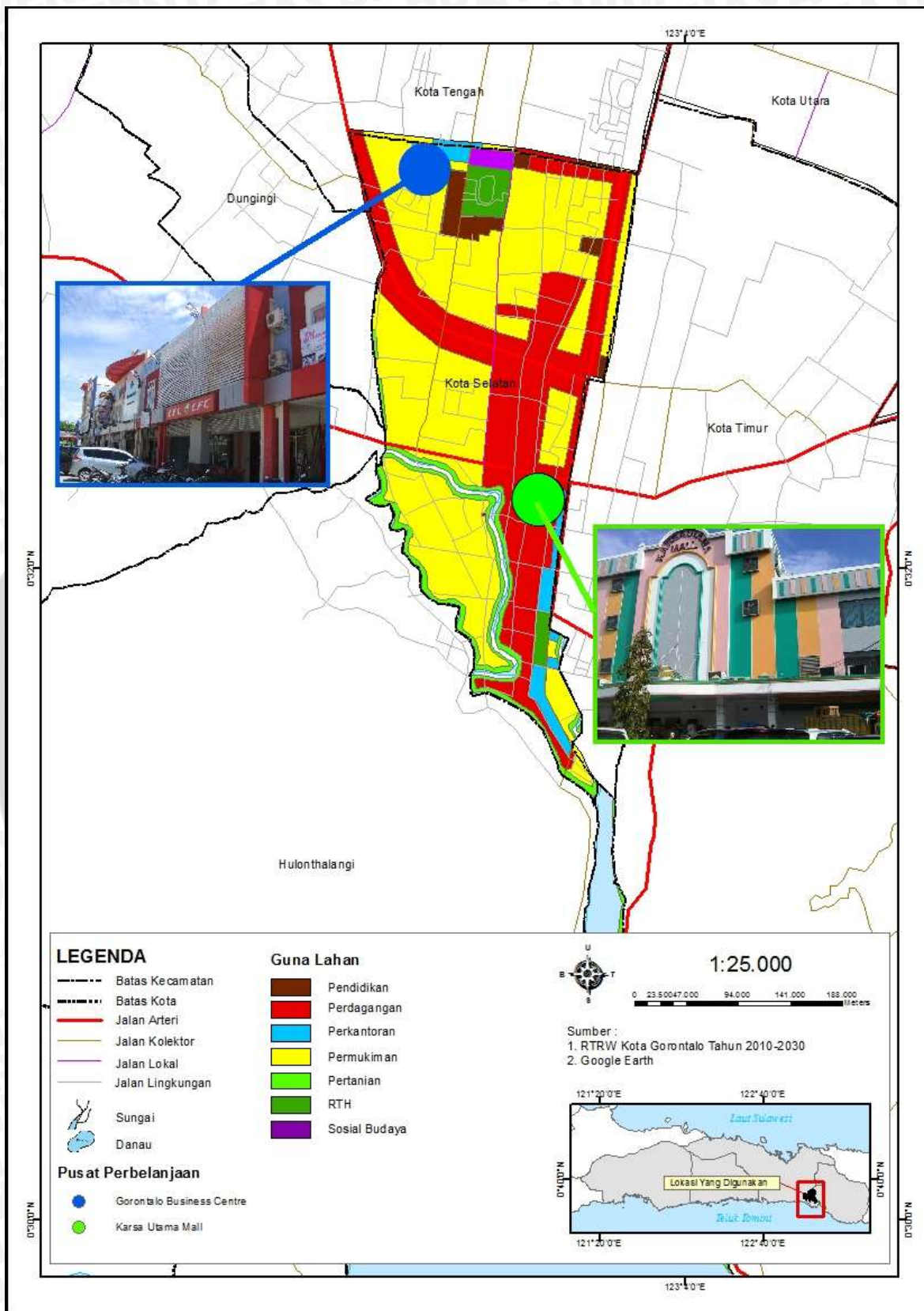
Tabel 4.3 Matriks Analisis Karakteristik Komponen Pendukung Rekreasi di Gorontalo Mall

Komponen Pendukung Rekreasi	Gorontalo Mall	Gorontalo Business Centre	Karsa Utama Mall
Komponen Dasar Pusat Belanja	<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi vertikal yang tersedia berupa eskalator yang tersedia 6 buah di bagian sebelah utara dan 1 buah di sebelah selatan pusat perbelanjaan. Pada pusat perbelanjaan ini tidak terdapat <i>lift</i>. • Sirkulasi horizontal yaitu pintu masuk terdapat 3 buah di bagian utara, barat, dan timur, serta 1 buah di bagian selatan yang merupakan pintu penghubung Gorontalo Mall dengan Maqna Hotel. • Memiliki kapasitas parkir dengan daya tampung 200 unit kendaraan roda empat dan 1000 motor roda dua. Lahan parkir tersebut terletak di area Gorontalo Business Park yang khusus disediakan untuk pengunjung Gorontalo Mall maupun Maqna Hotel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi vertikal yang ada berupa tangga yang terdapat di masing-masing <i>anchor tenant</i>, dan tidak terdapat sirkulasi vertikal komunal. Pada site plan rencana pengembangan terdapat beberapa unit sirkulasi vertikal menuju ke arah plaza dan IT Centre. • Sirkulasi horizontal yaitu pintu masuk utama eksisting terdapat 1 buah di bagian utara, yang bersebelahan dengan pintu keluar pusat perbelanjaan. Berdasarkan rencana site plan pengembangan Gorontalo Business Centre terdapat satu pintu masuk utama yaitu di sebelah timur yaitu pintu masuk dari kawasan waterboom. • Memiliki kapasitas parkir dengan daya tampung 200 unit kendaraan roda empat dan roda dua 	<ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi vertikal di pusat perbelanjaan ini berupa tangga dan eskalator, yang terletak di bagian bagian depan, tengah, dan bagian belakang pusat perbelanjaan, sedangkan lift tidak tersedia di pusat perbelanjaan ini. • Sirkulasi horizontal yaitu pintu masuk utama terdapat 2 buah di bagian depan dan bagian belakang pusat perbelanjaan. • Karena keterbatasan lahan, kapasitas parkir yang dimiliki oleh Karsa Utama Mall hanya sedikit, yaitu hanya mampu menampung ± 50 kendaraan roda empat dan roda dua. • Lahan parkir terletak di bagian utara bangunan Karsa Utama Mall (untuk kendaraan mobil dan motor, serta dibagian barat (hanya untuk kendaraan motor)
Komponen Pendukung Pusat Belanja	<ul style="list-style-type: none"> • Gorontalo Mall memiliki anchor tenant yang beragam dan cukup terkenal seperti Hypermart, Matahari Department Store, Gramedia, yang mampu menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Selain itu di setiap lantainya terdapat berbagai jenis restaurant, gerai pakaian. • Masing-masing lantai terdapat toilet umum dan pada lantai dasar terdapat mushola. Berdasarkan hasil pengamatan, sarana dan prasarana pendukungnya masih belum memadai. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gorontalo Business Centre memiliki <i>anchor tenant</i> yang beragam baik berupa restoran, café, karaoke keluarga, <i>Finance</i>, dan lembaga pendidikan. • Toilet umum terdapat di masing-masing anchor tenant, tetapi berdasarkan hasil survey tidak terdapat sarana prasarana peribadatan seperti mushola. • Pada bagian luar terdapat ruangan khusus yang merupakan ATM Centre namun hanya terdapat dua mesin ATM saja. • Dibagian depan atau di pintu masuk utama terdapat pos pengamanan beserta pusat informasi. Selain itu 	<ul style="list-style-type: none"> • Lantai 1 Karsa Utama Mall merupakan area khusus supermarket dan campuran, lantai 2 merupakan area department store, lantai 3 merupakan area <i>department store</i> dan <i>game centre</i>, lantai 4 merupakan restoran dan <i>gym centre</i>, serta lantai 5 merupakan ruang rapat. • Toilet umum hanya terdapat di lantai 4, sedangkan mushola berada di lantai 1. Bangunan mushola terpisah dari bangunan utama Karsa Utama Mall • Pada bagian luar terdapat ruangan

Komponen Pendukung Rekreasi	Gorontalo Mall	Gorontalo Business Centre	Karsa Utama Mall
Komponen Rekreasi Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Pada bagian luar mal terdapat ruangan khusus yang merupakan ATM Centre namun hanya terdapat dua mesin ATM saja. • Tepat disebelah ATM Centre terdapat pos pengamanan sedangkan pusat informasi berada di lantai 1 mall. • Fun World merupakan arena game centre yang terdapat di lantai 4 Gorontalo Mall dan bersebalahan dengan area foodcourt. Area foodcourt di pusat perbelanjaan ini menyediakan berbagai pilihan jenis makanan. • Pada lantai 1 terdapat beberapa restoran dan café dengan skala nasional seperti solaria, J.Co, cabe merah, dan lainnya. 	<p>pusat informasi juga terdapat di bagian kantor pemasaran Gorontalo Business Centre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pada pusat perbelanjaan ini belum terdapat arena bermain, karena area waterboom yang direncanakan masih dalam tahap pembangunan. • Pada pusat perbelanjaan ini juga tidak terdapat <i>foodcourt</i> khusus, tetapi sebagai gantinya terdapat kurang lebih sepuluh restoran dan café. 	<p>khusus yang merupakan ATM Centre yang memiliki 3 mesin ATM.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dibagian depan atau di pintu masuk utama terdapat pos pengamanan, sedangkan bagian informasi berada di lantai 1. • Pada pusat perbelanjaan ini terdapat area bermain anak yang menawarkan aneka permainan yang beragam yang terletak di lantai 3. • Pada pusat perbelanjaan ini tidak terdapat café ataupun foodcourt, hanya terdapat satu jenis restoran. Yang berada di lantai 4.
Komponen Rekreasi Khusus	<p>Komponen rekreasi khusus yang terdapat di Gorontalo Mall masih terbatas ketersediaannya, hanya berupa sarana olahraga seperti lapangan futsal, sedangkan hiburan lainnya seperti bioskop dan karaoke keluarga tidak terdapat di pusat perbelanjaan ini.</p>	<p>Gorontalo Business Centre memiliki daya tarik tersendiri dalam hal ketersediaan sarana rekreasi khusus, karena pada pusat perbelanjaan ini terdapat dua tempat <i>family karaoke</i>. Selain itu di pusat perbelanjaan ini juga terdapat sarana olahraga lainnya berupa <i>gym centre</i>.</p>	<p>Karsa Utama Mall tidak terdapat sarana rekreasi khusus seperti bioskop maupun fasilitas karaoke keluarga, tetapi di lantai 4 pusat perbelanjaan ini terdapat fasilitas <i>gym centre</i>.</p>



Gambar 4.8 Peta Spasial Gorontalo Mall



Gambar 4.9 Peta Spasial Gorontalo Business Centre dan Karsa Utama Mall

4.4. Analisis Karakteristik Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

4.4.1. Analisis Karakteristik Sosial Pengunjung Remaja

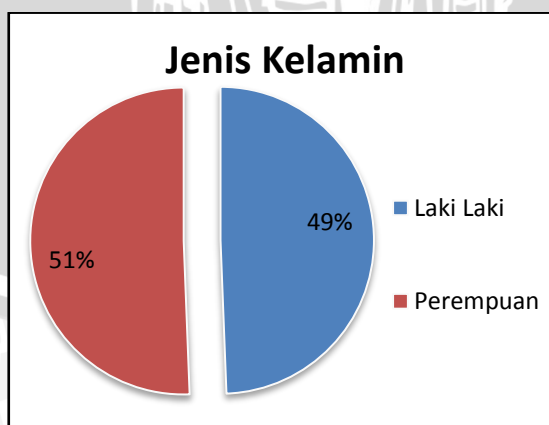
Karakteristik sosial pengunjung pusat perbelanjaan ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kondisi sosial remaja yang berkunjung di masing-masing pusat perbelanjaan yang menjadi objek studi. Diharapkan analisis ini dapat memberikan gambaran bahwa pusat perbelanjaan dengan karakteristik yang berbeda akan memberikan karakteristik sosial pengunjung yang berbeda pula. Karakteristik sosial dikaji melalui identitas atau karakteristik pengunjung dalam hal ini adalah remaja yaitu jenis kelamin, usia remaja, dan jenis pekerjaan remaja.

1. Jenis Kelamin

Pembagian responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan agar pengambilan sampel dapat merata dan tidak terfokus pada *gender* tertentu. Secara umum dari 162 remaja, pemanfaatan pusat perbelanjaan untuk kegiatan rekreasi diketiga lokasi penelitian didominasi oleh remaja perempuan (51%), tetapi untuk pusat perbelanjaan Gorontalo Business Center didominasi oleh remaja laki-laki (66,67%), sedangkan untuk Karsa Utama Mall dan Gorontalo Mall didominasi oleh remaja perempuan dengan persentase masing-masing sebesar 59,26% dan 57,41%.

Tabel 4.4 Karakteristik Jenis Kelamin Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Jenis Kelamin	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Laki-Laki	22	42,59	36	66,67	22	40,74
Perempuan	32	57,41	18	33,33	32	59,26
Total	54	100	54	100	54	100



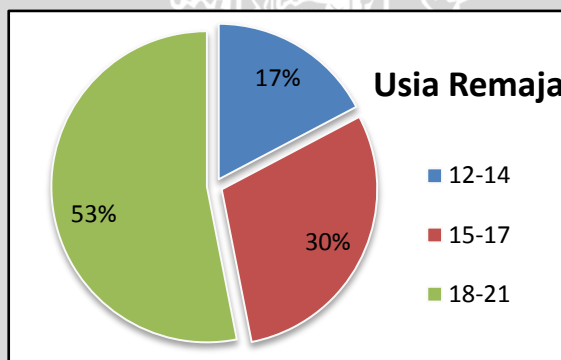
Gambar 4.9 Diagram Total Persentase Jenis Kelamin Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

2. Usia Remaja

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dibahas sebelumnya, karakteristik usia remaja dibagi menjadi 3 kelompok usia, yaitu remaja usia 12-14 tahun, remaja usia 15-17 tahun, dan remaja usia 18-21 tahun. Secara umum pemanfaatan pusat perbelanjaan untuk kegiatan rekreasi diketiga lokasi oleh 162 remaja yang diteliti, didominasi oleh kelompok umur 18-21 tahun (53%). Hal ini dibuktikan juga dengan karakteristik usia pengunjung remaja di masing-masing pusat perbelanjaan yaitu didominasi oleh usia 18-21 tahun di Gorontalo Mall (50,00%), Gorontalo Business Centre (61,11%), dan Karsa Utama Mall (48,15%).

Tabel 4.5 Karakteristik Usia Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

Usia (tahun)	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
12 – 14	9	16,67	7	12,96	12	22,22
15 – 17	18	33,33	14	25,93	16	29,63
18 – 21	27	50,00	33	61,11	26	48,15
Total	54	100	54	100	54	100



Gambar 4.10 Diagram Total Persentase Usia Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

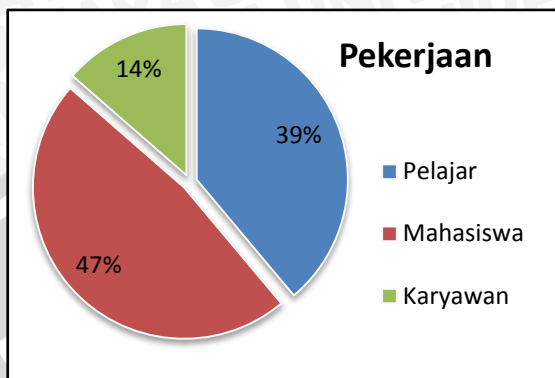
3. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan pengunjung terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Berdasarkan teori psikologi anak dan remaja oleh Gunarsa (2008), jenis pekerjaan ataupun jenis pendidikan remaja yang berbeda-beda memiliki pengaruh dengan waktu luang yang dimiliki oleh masing-masing remaja dalam memanfaatkan waktunya di pusat perbelanjaan.

Berdasarkan hasil kuisioner, dari 162 remaja yang menjadi responden, menunjukkan pemanfaatan pusat perbelanjaan untuk kegiatan rekreasi diketiga lokasi penelitian didominasi oleh kelompok mahasiswa (47%), hanya saja untuk pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall didominasi oleh pelajar (46,30%), sedangkan untuk Gorontalo Business Center dan Gorontalo Mall didominasi oleh remaja mahasiswa dengan persentase masing-masing sebesar 53,70% dan 46,30%.

Tabel 4.6 Karakteristik Jenis Pekerjaan Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

Pekerjaan	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Pelajar	21	38,89	17	31,48	25	46,30
Mahasiswa	25	46,30	29	53,70	23	42,59
Karyawan	8	14,81	8	14,81	6	11,11
Total	54	100	54	100	54	100



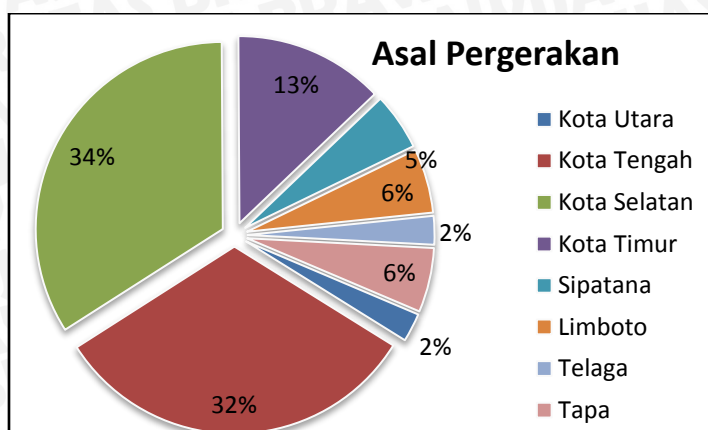
Gambar 4.11 Diagram Total Persentase Pekerjaan Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

4.4.2. Analisis Karakteristik Pergerakan Pengunjung Remaja

Karakteristik pergerakan pengunjung pusat perbelanjaan ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kondisi karakteristik pergerakan remaja yang berkunjung di masing-masing pusat perbelanjaan yang menjadi objek studi. Karakteristik pergerakan yang dikaji meliputi asal pergerakan pengunjung, moda yang digunakan, jarak asal pergerakan pengunjung, waktu tempuh.

1. Asal Pergerakan Pengunjung

Asal pergerakan pengunjung pusat perbelanjaan dijelaskan berdasarkan kecamatannya. Dari hasil kuisioner, menunjukkan pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh 162 remaja secara umum digunakan oleh remaja dengan asal pergerakan Kecamatan Kota Selatan (34%). Hal ini dapat dipahami karena letak pusat perbelanjaan Gorontalo Business Centre dan Karsa Utama Mall yang berada di Kecamatan Kota Selatan dan pusat perbelanjaan Gorontalo Mall yang berada di Kecamatan Kota Timur yang langsung berbatasan langsung dengan Kecamatan Kota Selatan.

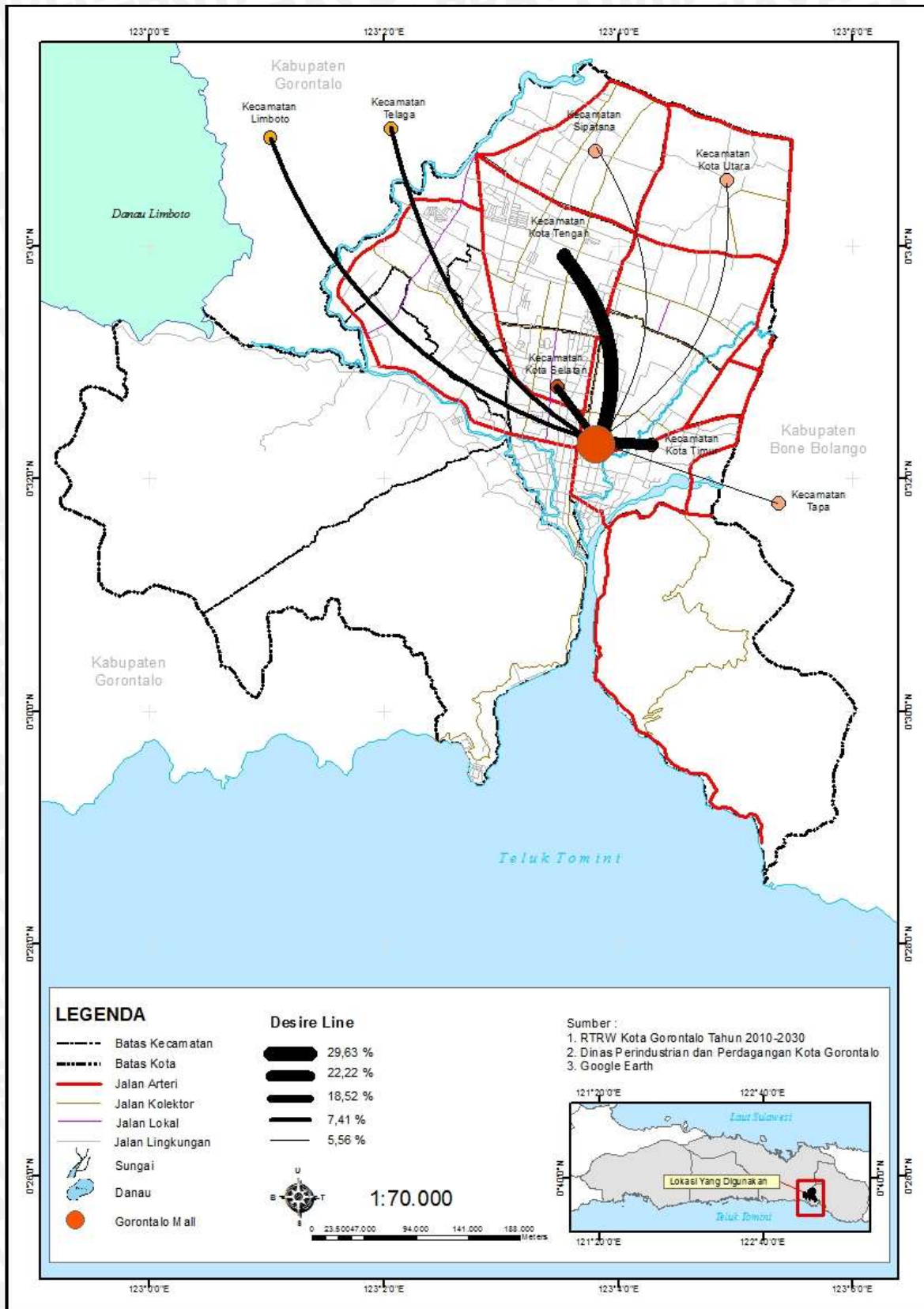


Gambar 4.12 Diagram Total Persentase Asal Pergerakan Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

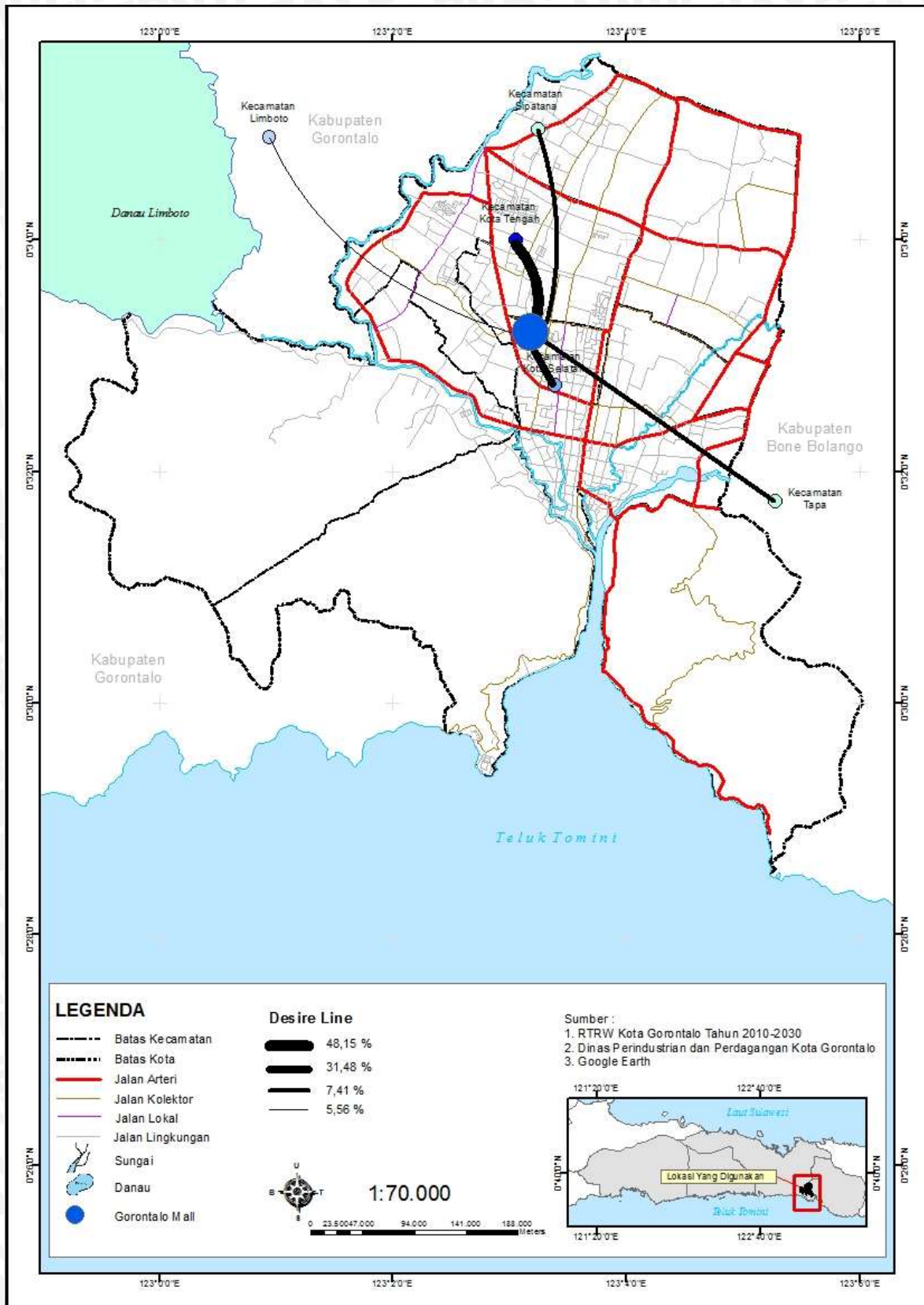
Sebesar 51,85% pengunjung pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall berasal dari Kecamatan Kota Selatan, sedangkan pengunjung pusat perbelanjaan Gorontalo Mall dan Gorontalo Business Centre didominasi oleh remaja yang berasal dari Kecamatan Kota Tengah yaitu masing-masing sebesar 29,63% dan 48,15%.

Tabel 4.7 Karakteristik Asal Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan

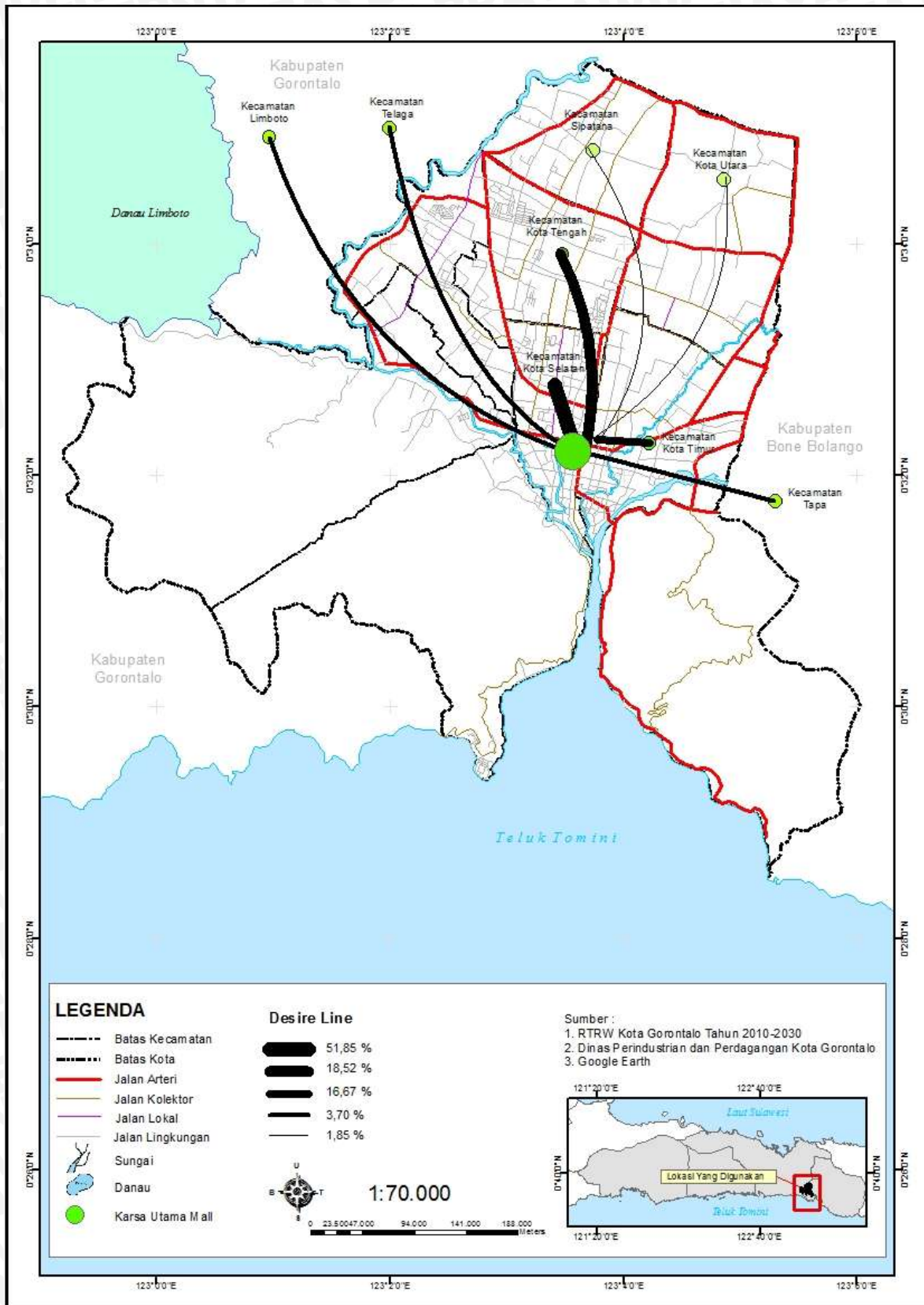
Asal Pergerakan	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Kecamatan Kota Utara	3	5,56	-	-	1	1,85
Kecamatan Kota Tengah	16	29,63	26	48,15	10	18,52
Kecamatan Kota Selatan	10	18,52	17	31,48	28	51,85
Kecamatan Kota Timur	12	22,22	-	-	9	16,67
Kecamatan Sipatana	3	5,56	4	7,41	1	1,85
Kecamatan Limboto	4	7,41	3	5,56	2	3,70
Kecamatan Telaga	3	5,56	-	-	1	1,85
Kecamatan Tapa	3	5,56	4	7,41	2	3,70
Total	54	100	54	100	54	100



Gambar 4.13 Peta Persebaran Asal Pergerakan Pengunjung Gorontalo Mall



Gambar 4.14 Peta Persebaran Asal Pergerakan Pengunjung Gorontalo Business Centre



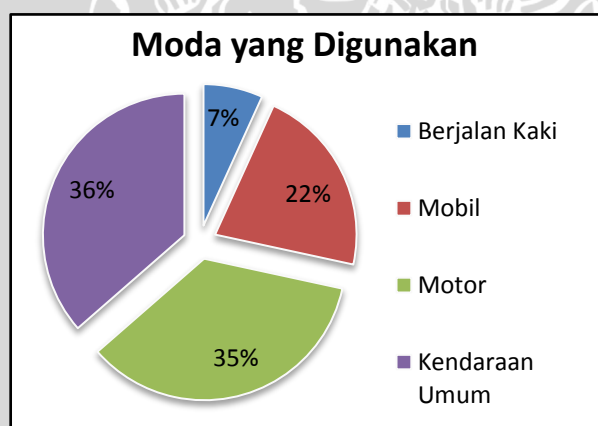
Gambar 4.15 Peta Persebaran Asal Pergerakan Pengunjung Karsa Utama Mall

2. Moda yang Digunakan

Remaja mengunjungi pusat perbelanjaan menggunakan moda yang berbeda-beda, seperti berjalan kaki, menggunakan kendaraan pribadi meliputi kendaraan jenis motor maupun mobil, serta kendaraan umum berupa becak bermotor. Dari 162 remaja, secara umum moda yang digunakan remaja dalam mengunjungi pusat perbelanjaan adalah kendaraan umum dengan persentase sebesar 36%. Hal ini juga ditunjukkan dengan penggunaan moda oleh remaja untuk pusat perbelanjaan Gorontalo Mall dan Gorontalo Business Centre sama yaitu kendaraan umum dengan persentase masing-masing sebesar 42,59%, dan 37,04%. Untuk pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall, remaja lebih dominan menggunakan kendaraan jenis motor (35,19%).

Tabel 4.8 Karakteristik Moda yang Digunakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Moda yang Digunakan	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Berjalan kaki	-	-	-	-	11	20,37
Mobil	11	20,37	16	29,63	8	14,81
Motor	20	37,04	18	33,33	19	35,19
Kendaraan Umum	23	42,59	20	37,04	16	29,63
Total	54	100	54	100	54	100



Gambar 4.16 Diagram Total Persentase Penggunaan Moda dalam Mengunjungi Pusat Perbelanjaan

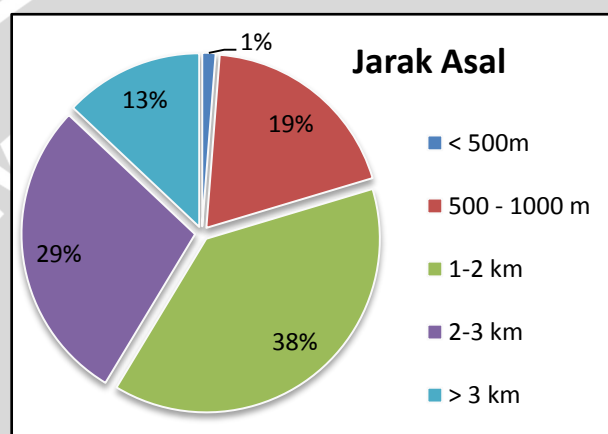
3. Jarak Asal Pergerakan Pengunjung

Jarak asal pergerakan pengunjung menggambarkan seberapa jauh jarak lokasi pusat perbelanjaan dengan tempat asal pengunjung sebelum mengunjungi pusat perbelanjaan, yang dinotasikan dalam meter dan kilometer. Dari total 162 pengunjung remaja di ketiga pusat perbelanjaan, jarak asal pergerakan yang dominan yaitu antara 1-2 km dengan persentase sebesar 38%. Untuk Gorontalo Business Centre dan Karsa Utama Mall memiliki karakteristik jarak asal pergerakan pengunjung yang sama yaitu

1-2 km dengan persentase masing-masing sebesar 38,89% dan 44,44%, sedangkan Gorontalo Mall memiliki karakteristik jarak asal pergerakan yaitu 2-3 km (38,89%).

Tabel 4.9 Karakteristik Jarak Asal Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Jarak	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
< 500 m	-	-	-	-	2	3,70
500 – 1 km	3	5,56	13	24,07	15	27,78
1 – 2 km	17	31,48	21	38,89	24	44,44
2 – 3 km	21	38,89	17	31,48	8	14,81
> 3 km	13	24,07	3	5,56	5	9,26
Total	54	100	54	100	54	100



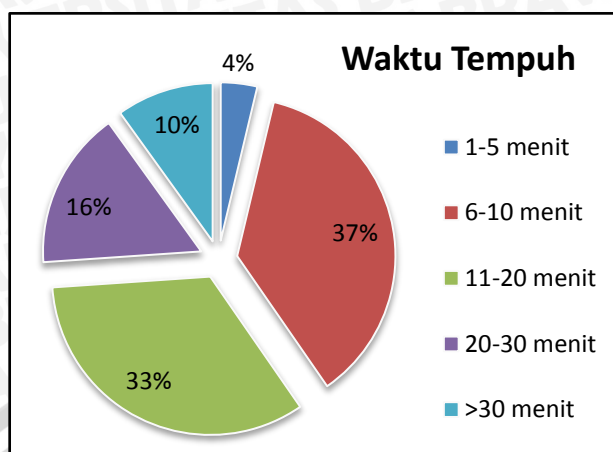
Gambar 4.17 Diagram Total Persentase Jarak Asal Pergerakan Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

4. Waktu Tempuh ke Pusat Perbelanjaan

Waktu tempuh pengunjung remaja menjelaskan seberapa lama waktu yang dibutuhkan remaja untuk mencapai lokasi pusat perbelanjaan dari tempat asal sebelum mengunjungi pusat perbelanjaan, yang dinotasikan dalam menit. Dari keseluruhan total 162 pengunjung di ketiga pusat perbelanjaan, waktu tempuh dominan remaja dalam mengunjungi pusat perbelanjaan yaitu antara 6-10 menit (37%), dengan waktu tempuh untuk masing-masing pusat perbelanjaan yaitu, pengunjung remaja membutuhkan waktu 11-20 menit (35,19%) untuk mengunjungi Gorontalo Mall, 6-10 menit untuk Gorontalo Business Centre (44,44%) dan Karsa Utama Mall (37,04%).

Tabel 4.10 Karakteristik Waktu Tempuh Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Waktu Tempuh	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1-5 menit	-	-	4	7,41	2	3,70
6-10 menit	15	27,78	24	44,44	20	37,04
11-20 menit	19	35,19	18	33,33	18	33,33
20-30 menit	11	20,37	5	9,26	10	18,52
> 30 menit	9	16,67	3	5,56	4	7,41
Total	54	100	54	100	54	100



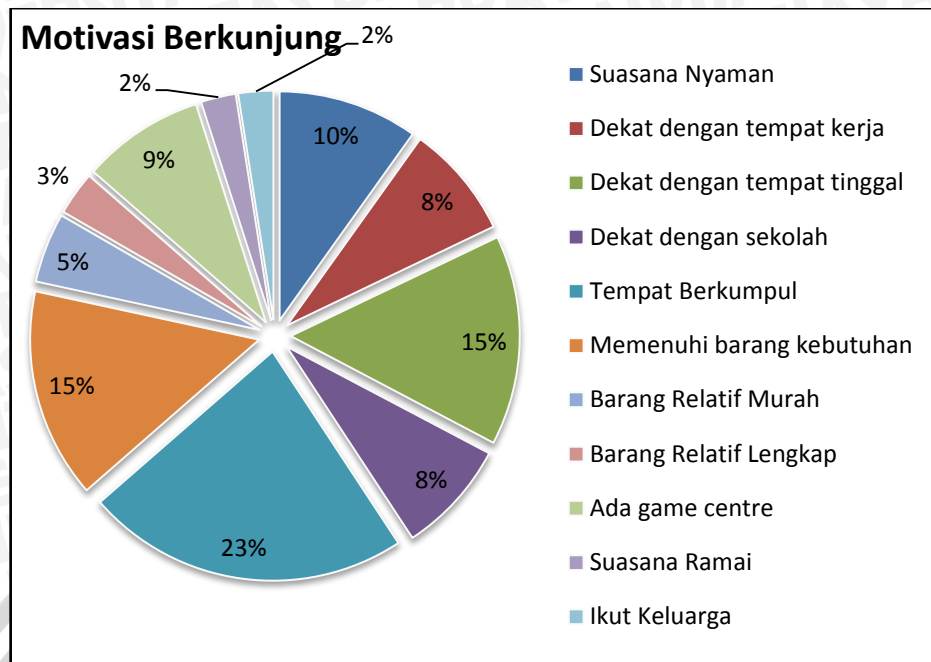
Gambar 4.9 Diagram Total Persentase Jarak Asal Pergerakan Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

4.5. Analisis Karakteristik Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Aktivitas Rekreasi

Pengunjung pusat perbelanjaan masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda-beda terkait pemanfaatan pusat perbelanjaan, baik berdasarkan jenis aktivitas yang dilakukan, lama berkunjung, maupun karakteristik lainnya. Dalam sub bab ini akan dilakukan analisis terkait karakteristik pemanfaatan masing –masing pusat perbelanjaan yang menjadi wilayah studi berdasarkan motivasi berkunjung remaja, jenis aktivitas yang dilakukan, frekuensi berkunjung dan lama waktu berkunjung.

1. Motivasi Berkunjung

Motivasi berkunjung remaja ke pusat perbelanjaan sebagai tempat berekreasi dapat diartikan sebagai alasan utama yang mendorong remaja untuk memanfaatkan pusat perbelanjaan sebagai tempat melakukan aktivitas rekreasi. Secara umum dari 162 responden remaja, 23% diantaranya mengunjungi pusat perbelanjaan dengan alasan pusat perbelanjaan cocok sebagai tempat berkumpul. Hal ini dibuktikan dengan motivasi berkunjung paling dominan di Gorontalo Mall dan Gorontalo Business Centre yaitu cocok sebagai tempat berkumpul (38,89%) dan (29,63%). Motivasi berkunjung remaja di Karsa Utama Mall adalah



Gambar 4.10 Diagram Total Persentase Motivasi Berkunjung Remaja ke Pusat Perbelanjaan

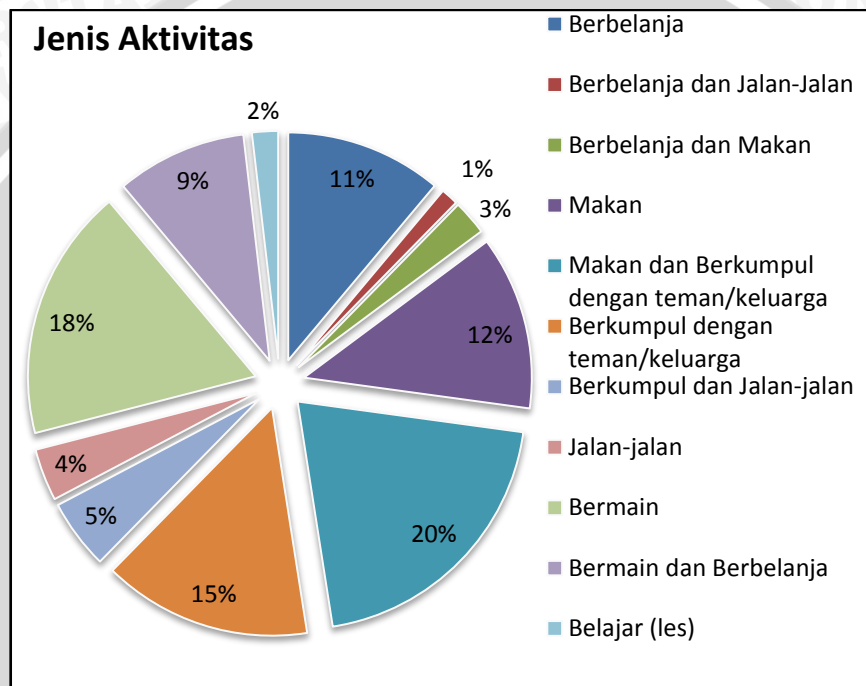
Kedua pusat perbelanjaan, baik Gorontalo Mall dan Gorontalo Business Centre digunakan sebagai tempat berkumpul oleh para remaja karena memiliki fasilitas pendukungnya seperti berbagai jenis restaurant, café, foodcourt, maupun fasilitas *family karaoke*. Motivasi berkunjung remaja ke Karsa Utama Mall yaitu karena dapat memenuhi barang atau kebutuhan yang dicari (22,22%). Hal ini disebabkan karena seluruh lantai 1 dan lantai 2 serta sebagian lantai 3 di Karsa Utama Mall merupakan area khusus Supermarket dan Department Store.

Tabel 4.11 Karakteristik Motivasi Berkunjung Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Motivasi Berkunjung	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Suasana pusat perbelanjaan yang nyaman	10	18,52	6	11,11	-	-
Dekat dengan tempat kerja	3	5,56	6	11,11	4	7,41
Dekat dengan tempat tinggal	8	14,81	9	16,67	7	12,96
Dekat dengan sekolah	-	-	9	16,67	4	7,41
Cocok sebagai tempat berkumpul	21	38,89	16	29,63	-	-
Dapat memenuhi barang atau kebutuhan yang dicari	4	7,41	8	14,81	12	22,22
Barang-barang relatif murah	-	-	-	-	8	14,81
Barang-barang lebih lengkap	-	-	-	-	5	9,26
Ada <i>game centre</i>	4	7,41	-	-	10	18,52
Suasana Ramai	4	7,41	-	-	-	-
Ikut Keluarga	-	-	-	-	4	7,41
Total	54	100	54	100	54	100

2. Jenis Aktivitas

Jenis aktivitas di pusat perbelanjaan menggambarkan pola aktivitas yang dilakukan remaja di dalam pusat perbelanjaan. Hasil kuisioner menunjukkan bahwa secara umum dari 162 remaja yang disurvei, aktivitas utama yang dilakukan remaja di dalam pusat perbelanjaan yaitu makan dan berkumpul dengan teman/keluarga (20%). Dominannya aktivitas ini karena ketiga pusat perbelanjaan ini memiliki tempat-tempat yang memungkinkan untuk digunakan sebagai tempat berkumpul dengan teman maupun keluarga.



Gambar 4.20 Diagram Total Persentase Jenis Aktivitas Remaja di Pusat Perbelanjaan

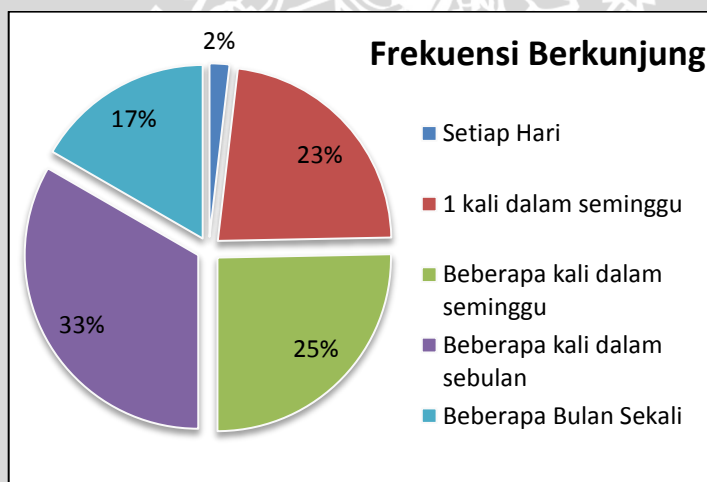
Di pusat perbelanjaan Gorontalo Mall dan Gorontalo Business Centre, jenis aktivitas yang paling banyak dilakukan remaja yaitu makan dan berkumpul dengan teman/keluarga dengan persentasi masing-masing sebesar 35,19% dan 44,44%. Berdasarkan hasil pengamatan hal ini dipengaruhi adanya berbagai macam restaurant, café, fasilitas karaoke keluarga, atau tempat berkumpul lainnya sehingga cocok digunakan sebagai tempat makan, ataupun sekedar berkumpul dengan teman atau keluarga. Untuk Karsa Utama Mall jenis aktivitas yang banyak dilakukan oleh remaja yaitu bermain (37,04%), hal ini dapat dipahami karena sesuai dengan hasil pengamatan, pusat perbelanjaan ini memiliki arena bermain dengan pilihan jenis permainan yang bervariasi.

Tabel 4.12 Karakteristik Jenis Aktivitas Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Jenis Aktivitas	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Berbelanja	5	9,26	-	-	13	24,07
Berbelanja dan Jalan-Jalan	2	3,70	-	-	-	-
Berbelanja dan Makan	-	-	-	-	4	7,41
Makan	5	9,26	13	24,07	2	3,70
Makan dan Berkumpul dengan teman/keluarga	19	35,19	14	25,93	-	-
Berkumpul dengan teman/keluarga	-	-	24	44,44	-	-
Berkumpul dan Jalan-jalan	8	14,81	-	-	-	-
Jalan-jalan	6	11,11	-	-	-	-
Bermain	9	16,67	-	-	20	37,04
Bermain dan Berbelanja	-	-	-	-	15	27,78
Belajar (les)	-	-	3	5,56	-	-
Total	54	100	54	100	54	100

3. Frekuensi Berkunjung

Frekuensi berkunjung menunjukkan seberapa sering remaja mengunjungi atau memanfaatkan pusat perbelanjaan. Frekuensi berkunjung juga menggambarkan tingkat kebutuhan remaja terhadap pusat perbelanjaan. Dari hasil kuisioner menunjukan dari 162 remaja yang disurvei, sebagian besar frekuensi remaja berkunjung remaja ke pusat perbelanjaan yaitu beberapa kali dalam sebulan (33%).



Gambar 4.21 Diagram Total Persentase Frekuensi Berkunjung Remaja ke Pusat Perbelanjaan

Ketiga pusat perbelanjaan yang diteliti memiliki karakteristik frekuensi berkunjung yang berbeda-beda, hal ini menandakan bahwa kebutuhan remaja di ketiga pusat perbelanjaan berbeda-beda. Untuk Gorontalo Mall frekuensi berkunjung remaja paling dominan yaitu beberapa kali dalam seminggu (31,48%). Karakteristik frekuensi berkunjung remaja di Gorontalo Business Centre paling dominan yaitu beberapa kali dalam sebulan (48,15%) dan untuk Karsa Utama Mall frekuensi berkunjung paling dominan yaitu sekali dalam seminggu (33,33%).

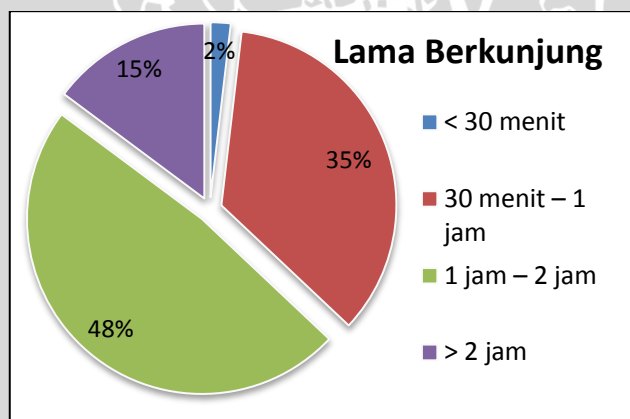
Tabel 4.43 Karakteristik Frekuensi Berkunjung Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Frekuensi	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Setiap Hari	3	5,56	-	-	-	-
1 kali dalam seminggu	13	24,07	6	11,11	18	33,33
Beberapa kali dalam seminggu	17	31,48	10	18,52	14	25,93
Beberapa kali dalam sebulan	13	24,07	26	48,15	15	27,78
Beberapa Bulan Sekali	8	14,81	12	22,22	7	12,96
Total	54	100	54	100	54	100

Frekuensi berkunjung remaja yaitu beberapa kali dalam sebulan dapat dipahami karena sebagian besar remaja adalah pelajar dan mahasiswa yang pada hari-hari biasanya mengikuti kegiatan sekolah maupun perkuliahan, sehingga mereka hanya dapat memanfaatkan waktu-waktu tertentu / khusus untuk mengunjungi pusat perbelanjaan.

4. Lama Berkunjung

Lama berkunjung menunjukkan seberapa lama alokasi waktu yang dimanfaatkan remaja ketika berada di dalam suatu pusat perbelanjaan. Lama berkunjung ini bergantung pada jenis aktivitas yang dilakukan remaja di pusat perbelanjaan. Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa dari 162 pengunjung remaja yang disurvei, secara umum lama berkunjung remaja dalam memanfaatkan pusat perbelanjaan untuk kegiatan rekreasi yaitu selama 1-2 jam (48%).



Gambar 4.22 Diagram Total Persentase Lama Berkunjung Remaja ke Pusat Perbelanjaan

Karakteristik lama berkunjung di masing-masing pusat perbelanjaan sama yaitu antara 1-2 jam dengan persentase masing-masing sebesar 59,26% untuk Gorontalo Mall, dan 42,59% untuk Gorontalo Business Centre dan Karsa Utama Mall. Sama halnya dengan frekuensi berkunjung, lama berkunjung remaja di pusat perbelanjaan ini pun berkaitan dengan waktu luang yang dimiliki remaja.

Tabel 4.5 Karakteristik Lama Berkunjung Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Lama Berkunjung	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
< 30 menit	-	-	-	-	3	5,56
30 menit – 1 jam	16	29,63	19	35,19	22	40,74
1 jam – 2 jam	32	59,26	23	42,59	23	42,59
> 2 jam	6	11,11	12	22,22	6	11,11
Total	54	100	54	100	54	100

4.6. Analisis Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Karakteristik Pengunjung Remaja Pusat Perbelanjaan

Pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh pengunjung remaja ini didapatkan dari hasil analisis tabulasi silang (*crosstab*) terhadap karakteristik pemanfaatan pusat perbelanjaan dengan karakteristik pengunjung remaja pusat perbelanjaan. Analisis dilakukan untuk melihat hasil tabulasi silang dan tingkat kontingensi antara karakteristik pemanfaatan pusat perbelanjaan oleh remaja Kota Gorontalo dengan karakteristik remaja tersebut. Dengan melihat hasil tabulasi maka didapatkan hasil analisis hubungan antar variabel yang diuji, sedangkan untuk tingkat kontingensinya dapat diketahui ada tidaknya korelasi atau hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

4.6.1. Analisis Motivasi Berkunjung berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, dan Jenis Pekerjaan

1. Gorontalo Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel *chi-square*, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dengan kesimpulan H_0 Diterima yaitu tidak ada hubungan antara motivasi berkunjung dengan jenis kelamin, asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak asal pergerakan, dan waktu tempuh. Terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 Ditolak, yaitu terdapat hubungan antara motivasi berkunjung dengan usia remaja dan jenis pekerjaan remaja.

Tabel 4.65 Hasil Chi-Square untuk Motivasi Berkunjung dengan Karakteristik Remaja Di Gorontalo Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,001	H_0 Ditolak
Jenis Kelamin	0,877	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,002	H_0 Ditolak
Asal Pergerakan	0,630	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,126	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,170	H_0 Diterima

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Waktu Tempuh	0,589	H ₀ Diterima

Hasil chi-square menunjukkan terdapat dua variabel karakteristik remaja yang memiliki nilai signifikan dibawah 0,05, sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan motivasi berkunjung ke Gorontalo Mall. Dengan melihat hasil pada tabel tabulasi silang, diketahui bahwa motivasi berkunjung remaja ke pusat perbelanjaan Gorontalo Mall yaitu cocok sebagai tempat berkumpul dengan kecenderungan usia remaja antara 18-21 tahun (22,2%), dan dengan jenis pekerjaan yaitu mahasiswa maupun pelajar (16,7%).

Tabel 4.7 Hasil Crosstab antara Motivasi Berkunjung dengan Usia dan Pekerjaan Remaja di Gorontalo Mall

	Usia			Pekerjaan			Total
	12-14	15-17	18-21	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	
Ada Tempat Bermain	4	0	0	0	0	4	4
	7.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	7.4%	7.4%
Cocok Tempat Berkumpul	0	9	12	3	9	9	21
	.0%	16.7%	22.2%	5.6%	16.7%	16.7%	38.9%
Dapat Memenuhi Kebutuhan	0	1	3	0	4	0	4
	.0%	1.9%	5.6%	.0%	7.4%	.0%	7.4%
Dekat Dengan Tempat Kerja	0	0	3	3	0	0	3
	.0%	.0%	5.6%	5.6%	.0%	.0%	5.6%
Dekat Dengan Tempat Tinggal	3	3	2	0	5	3	8
	5.6%	5.6%	3.7%	.0%	9.3%	5.6%	14.8%
Suasana Nyaman	2	3	5	2	5	3	10
	3.7%	5.6%	9.3%	3.7%	9.3%	5.6%	18.5%
Suasana Ramai	0	2	2	0	2	2	4
	.0%	3.7%	3.7%	.0%	3.7%	3.7%	7.4%
Total	9	18	27	8	25	21	54
	16.7%	33.3%	50.0%	14.8%	46.3%	38.9%	100.0%

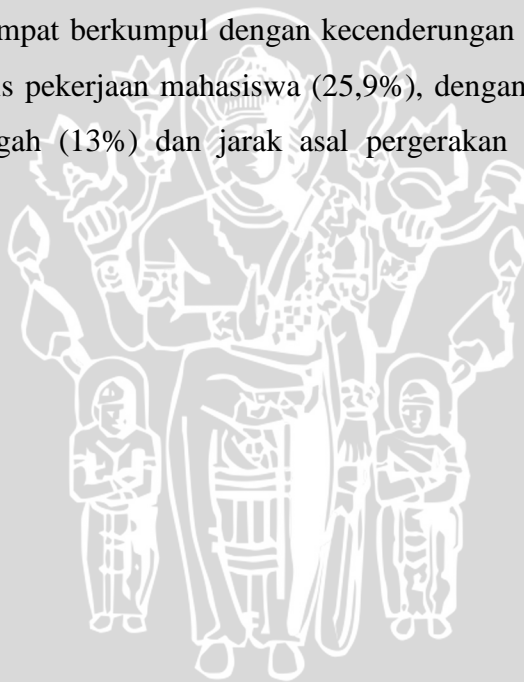
2. Gorontalo Business Centre

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H₀ diterima yaitu tidak ada hubungan antara motivasi berkunjung dengan jenis kelamin, moda yang digunakan dan waktu tempuh. Terdapat juga variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H₀ ditolak yaitu terdapat hubungan antara motivasi berkunjung dengan usia, pekerjaan, asal pergerakan, dan jarak asal pergerakan.

Tabel 4.17 Hasil Chi-Square untuk Motivasi Berkunjung dengan Karakteristik Remaja Di Gorontalo Business Centre

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,010	H ₀ Ditolak
Jenis Kelamin	0,476	H ₀ Diterima
Pekerjaan	0,000	H ₀ Ditolak
Asal Pergerakan	0,021	H ₀ Ditolak
Moda yang digunakan	0,092	H ₀ Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,031	H ₀ Ditolak
Waktu Tempuh	0,196	H ₀ Diterima

Hasil chi-square menunjukkan terdapat empat variabel yang memiliki nilai signifikan dibawah 0,05, sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan motivasi berkunjung ke Gorontalo Business Centre. Berdasarkan hasil tabulasi silang diketahui bahwa motivasi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Business Centre yaitu cocok sebagai tempat berkumpul dengan kecenderungan usia remaja yaitu 18-21 tahun (25,9%), jenis pekerjaan mahasiswa (25,9%), dengan asal pergerakan dari Kecamatan Kota Tengah (13%) dan jarak asal pergerakan yaitu antara 2-3 km (16,7%).



Tabel 4.8 Hasil Crosstab Motivasi Berkunjung Dengan Karakteristik Usia, Pekerjaan, Asal dan Jarak Asal Remaja Di Gorontalo Business Centre

	Usia			Pekerjaan			Asal Pergerakan					Jarak Asal				Total
	12-14	15-17	18-21	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	Kec. Kota Selatan	Kec. Kota Tengah	Kec. Limboto	Kec. Sipatana	Kec. Tapa	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	> 3 km	
Cocok Tempat Berkumpul	0	2	14	0	14	2	1	7	3	3	2	3	9	1	3	16
	.0%	3.7%	25.9%	.0%	25.9%	3.7%	1.9%	13.0%	5.6%	5.6%	3.7%	5.6%	16.7%	1.9%	5.6%	29.6%
Dapat Memenuhi Kebutuhan	2	1	5	1	5	2	4	4	0	0	0	2	1	5	0	8
	3.7%	1.9%	9.3%	1.9%	9.3%	3.7%	7.4%	7.4%	.0%	.0%	.0%	3.7%	1.9%	9.3%	.0%	14.8%
Dekat Dengan Sekolah	3	5	1	0	3	6	7	2	0	0	0	4	2	3	0	9
	5.6%	9.3%	1.9%	.0%	5.6%	11.1%	13.0%	3.7%	.0%	.0%	.0%	7.4%	3.7%	5.6%	.0%	16.7%
Dekat Dengan Tempat Kerja	0	0	6	6	0	0	1	4	0	1	0	3	1	2	0	6
	.0%	.0%	11.1%	11.1%	.0%	.0%	1.9%	7.4%	.0%	1.9%	.0%	5.6%	1.9%	3.7%	.0%	11.1%
Dekat Dengan Tempat Tinggal	2	3	4	0	4	5	3	6	0	0	0	4	3	2	0	9
	3.7%	5.6%	7.4%	.0%	7.4%	9.3%	5.6%	11.1%	.0%	.0%	.0%	7.4%	5.6%	3.7%	.0%	16.7%
Suasana Nyaman	0	3	3	1	3	2	1	3	0	0	2	5	1	0	0	6
	.0%	5.6%	5.6%	1.9%	5.6%	3.7%	1.9%	5.6%	.0%	.0%	3.7%	9.3%	1.9%	.0%	.0%	11.1%
Total	7	14	33	8	29	17	17	26	3	4	4	21	17	13	3	54
	13.0%	25.9%	61.1%	14.8%	53.7%	31.5%	31.5%	48.1%	5.6%	7.4%	7.4%	38.9%	31.5%	24.1%	5.6%	100.0%

3. Karsa Utama Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel *chi-square*, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dengan kesimpulan H_0 diterima yaitu tidak ada hubungan antara motivasi berkunjung ke Karsa Utama Mall dengan usia remaja, jenis kelamin, dan asal pergerakan remaja. Selain itu, terdapat variabel dengan nilai signifikan $< 0,05$ dengan kesimpulannya H_0 ditolak yaitu terdapat hubungan antara motivasi berkunjung dengan jenis pekerjaan, moda yang digunakan, jarak asal pergerakan, serta waktu tempuh.

Tabel 4.19 Hasil *Chi-Square* untuk Motivasi Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Karsa Utama Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,912	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,143	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,000	H_0 Ditolak
Asal Pergerakan	0,091	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,000	H_0 Ditolak
Jarak Asal Pergerakan	0,003	H_0 Ditolak
Waktu Tempuh	0,001	H_0 Ditolak

Dari hasil keputusan pada tabel *chi-square*, terdapat empat variabel yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan motivasi berkunjung remaja ke Karsa Utama Mall. Dari hasil pada tabel tabulasi silang diketahui bahwa motivasi berkunjung remaja ke Karsa Utama Mall yaitu dapat memenuhi kebutuhan oleh remaja mahasiswa (13%), dengan karakteristik moda yang digunakan yaitu kendaraan umum dan motor (9,3%) dengan jarak tempuh 1-2 km (11,1%) serta waktu tempuh menuju Karsa Utama Mall antara 20-30 menit (14,8%).

Tabel 4.20 Hasil Crosstab Motivasi Berkunjung dengan Karakteristik Pekerjaan, Moda, Jarak Asal, serta Waktu Tempuh Remaja di Karsa Utama Mall

	Pekerjaan				Moda			Jarak Asal					Waktu Tempuh				Total	
	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	Bentor	Jalan Kaki	Mobil	Motor	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	< 500 m	> 3 km	1 - 5 menit	11 - 20 menit	20 - 30 menit	6 - 10 menit		> 30 menit
Ada game centre	0	2	8	6	2	1	1	3	1	5	0	1	1	2	0	6	1	10
	.0%	3.7%	14.8%	11.1%	3.7%	1.9%	1.9%	5.6%	1.9%	9.3%	.0%	1.9%	1.9%	3.7%	.0%	11.1%	1.9%	18.5%
Barang lengkap	0	5	0	0	0	2	3	3	0	0	0	2	0	3	0	0	2	5
	.0%	9.3%	.0%	.0%	.0%	3.7%	5.6%	5.6%	.0%	.0%	.0%	3.7%	.0%	5.6%	.0%	.0%	3.7%	9.3%
Dapat Memenuhi Kebutuhan	2	7	3	5	1	1	5	6	4	2	0	0	0	3	8	1	0	12
	3.7%	13.0%	5.6%	9.3%	1.9%	1.9%	9.3%	11.1%	7.4%	3.7%	.0%	.0%	.0%	5.6%	14.8%	1.9%	.0%	22.2%
Dekat dengan sekolah	0	0	4	3	1	0	0	3	0	1	0	0	0	1	0	3	0	4
	.0%	.0%	7.4%	5.6%	1.9%	.0%	.0%	5.6%	.0%	1.9%	.0%	.0%	.0%	1.9%	.0%	5.6%	.0%	7.4%
Dekat dengan tempat kerja	4	0	0	1	2	0	1	1	0	3	0	0	0	1	0	3	0	4
	7.4%	.0%	.0%	1.9%	3.7%	.0%	1.9%	1.9%	.0%	5.6%	.0%	.0%	.0%	1.9%	.0%	5.6%	.0%	7.4%
Dekat dengan tempat tinggal	0	3	4	1	4	0	2	2	0	3	2	0	1	2	0	4	0	7
	.0%	5.6%	7.4%	1.9%	7.4%	.0%	3.7%	3.7%	.0%	5.6%	3.7%	.0%	1.9%	3.7%	.0%	7.4%	.0%	13.0%
Harga lebih murah	0	6	2	1	1	0	6	6	1	1	0	0	0	5	0	3	0	8
	.0%	11.1%	3.7%	1.9%	1.9%	.0%	11.1%	11.1%	1.9%	1.9%	.0%	.0%	.0%	9.3%	.0%	5.6%	.0%	14.8%
Ikut Keluarga	0	0	4	0	0	4	0	0	2	0	0	2	0	1	2	0	1	4
	.0%	.0%	7.4%	.0%	.0%	7.4%	.0%	.0%	3.7%	.0%	.0%	3.7%	.0%	1.9%	3.7%	.0%	1.9%	7.4%
TOTAL	6	23	25	17	11	8	18	24	8	15	2	5	2	18	10	20	4	54
	11.1%	42.6%	46.3%	31.5%	20.4%	14.8%	33.3%	44.4%	14.8%	27.8%	3.7%	9.3%	3.7%	33.3%	18.5%	37.0%	7.4%	100.0%

4.6.2. Analisis Jenis Aktivitas yang Dilakukan Remaja Di Dalam Pusat Perbelanjaan

1. Gorontalo Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel *chi-square*, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 diterima yaitu tidak ada hubungan antara aktivitas yang dilakukan dengan asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak asal pergerakan, dan waktu tempuh. Terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 ditolak yaitu terdapat hubungan antara aktivitas yang dilakukan dengan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

Tabel 4.9 Hasil Chi-Square untuk Aktivitas yang Dilakukan dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,000	H_0 Ditolak
Jenis Kelamin	0,023	H_0 Ditolak
Pekerjaan	0,000	H_0 Ditolak
Asal Pergerakan	0,306	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,052	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,053	H_0 Diterima
Waktu Tempuh	0,347	H_0 Diterima

Hasil chi-square menunjukkan terdapat tiga variabel karakteristik remaja yang memiliki nilai signifikan dibawah 0,05, sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan aktivitas yang dilakukan. Berdasarkan hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan di Gorontalo Mall adalah makan dan berkumpul yang dilakukan oleh remaja perempuan (24,1%) dengan usia 15-17 tahun (18,5%) dan dengan tingkat pekerjaan yaitu pelajar (14.8%).

Tabel 4.22 Hasil Crosstab Aktivitas yang Dilakukan dengan Karakteristik Usia, Jenis Kelamin, dan Pekerjaan Mahasiswa di Gorontalo Mall

	Usia			Jenis Kelamin		Pekerjaan			Total
	12-14	15-17	18-21	Laki-Laki	Perempuan	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	
Berbelanja	0 .0%	1 1.9%	4 7.4%	0 .0%	5 9.3%	0 .0%	5 9.3%	0 .0%	5 9.3%
Berbelanja dan Jalan-Jalan	0 .0%	0 .0%	2 3.7%	0 .0%	2 3.7%	0 .0%	2 3.7%	0 .0%	2 3.7%
Berkumpul dan Jalan-jalan	0 .0%	1 1.9%	7 13.0%	7 13.0%	1 1.9%	0 .0%	7 13.0%	1 1.9%	8 14.8%
Bermain	9 16.7%	0 .0%	0 .0%	5 9.3%	4 7.4%	0 .0%	0 .0%	9 16.7%	9 16.7%
Jalan-Jalan	0 .0%	6 11.1%	0 .0%	3 5.6%	3 5.6%	0 .0%	3 5.6%	3 5.6%	6 11.1%
Makan	0 .0%	0 .0%	5 9.3%	1 1.9%	4 7.4%	2 3.7%	3 5.6%	0 .0%	5 9.3%

	Usia			Jenis Kelamin		Pekerjaan			Total
	12-14	15-17	18-21	Laki-Laki	Perempuan	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	
Makan dan Berkumpul	0 .0%	10 18.5%	9 16.7%	6 11.1%	13 24.1%	6 11.1%	5 9.3%	8 14.8%	19 35.2%
Total	9 16.7%	18 33.3%	27 50.0%	22 40.7%	32 59.3%	8 14.8%	25 46.3%	21 38.9%	54 100.0%

2. Gorontalo Business Center

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, hanya terdapat satu variabel yang memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 Ditolak yaitu terdapat hubungan antara aktivitas yang dilakukan dengan usia remaja. Enam variabel lainnya memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 Diterima sehingga tidak ada hubungan antara aktivitas yang dilakukan dengan jenis kelamin, pekerjaan, asal pergerakan, moda yang digunakan, jarak asal, dan waktu tempuh.

Tabel 4.10 Hasil Chi-Square untuk Aktivitas yang Dilakukan dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Business Centre

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,000	H_0 Ditolak
Jenis Kelamin	0,111	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,084	H_0 Diterima
Asal Pergerakan	0,098	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,232	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,236	H_0 Diterima
Waktu Tempuh	0,326	H_0 Diterima

Berdasarkan hasil tabulasi silang, diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan remaja di Gorontalo Business Centre adalah berkumpul dengan teman/keluarga yang dilakukan oleh remaja usia 18-21 tahun (31,5%).

Tabel 4.11 Hasil Crosstab Aktivitas yang Dilakukan dengan Karakteristik Usia Remaja di Gorontalo Business Centre

	Usia			Total
	12-14	15-17	18-21	
Belajar (Les)	3 5.6%	0 .0%	0 .0%	3 5.6%
Berkumpul dengan teman/keluarga	0 .0%	7 13.0%	17 31.5%	24 44.4%
Makan	4 7.4%	2 3.7%	7 13.0%	13 24.1%
Makan dan Berkumpul	0 .0%	5 9.3%	9 16.7%	14 25.9%
Total	7 13.0%	14 25.9%	33 61.1%	54 100.0%

3. Karsa Utama Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 Diterima yaitu tidak ada hubungan antara jenis aktivitas yang dilakukan dengan usia, asal pergerakan, moda yang digunakan, dan jarak asal pergerakan. Selain itu, terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 Ditolak yaitu terdapat hubungan antara aktivitas yang dilakukan dengan jenis kelamin, dan pekerjaan.

Tabel 4. 12 Hasil Chi-Square untuk Aktivitas yang Dilakukan dengan Karakteristik Remaja di Karsa Utama Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,297	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,002	H_0 Ditolak
Pekerjaan	0,000	H_0 Ditolak
Asal Pergerakan	0,602	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,139	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,306	H_0 Diterima
Waktu Tempuh	0,335	H_0 Diterima

Dari hasil keputusan pada tabel chi-square, terdapat dua variabel yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan jenis aktivitas yang dilakukan. Dengan melihat hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa aktivitas yang dilakukan remaja di Karsa Utama Mall adalah berbelanja dan bermain oleh remaja perempuan (24,1%) dengan pekerjaan yaitu pelajar dan mahasiswa (18.5%).

Tabel 4.13 Hasil Crosstab Aktivitas yang Dilakukan dengan Karakteristik Remaja di Karsa Utama Mall

	JenisKelamin		Pekerjaan			Total
	Laki-Laki	Perempuan	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	
Berbelanja	1 1.9%	12 22.2%	1 1.9%	9 16.7%	3 5.6%	13 24.1%
Berbelanja dan Bermain	7 13%	13 24.1%	0 .0%	10 18.5%	10 18.5%	20 37%
Berbelanja dan Makan	2 3.7%	2 3.7%	3 5.6%	1 1.9%	0 .0%	4 7.4%
Bermain	12 22.2%	3 5.6%	0 .0%	3 5.6%	12 22.2%	15 27.8%
Makan	0 .0%	2 3.7%	2 3.7%	0 .0%	0 .0%	2 3.7%
Total	22 40.7%	32 59.3%	6 11.1%	23 42.6%	25 46.3%	54 100.0%

4.6.3. Analisis Frekuensi Berkunjung Remaja ke Pusat Perbelanjaan

1. Gorontalo Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 Diterima yaitu tidak ada hubungan antara frekuensi berkunjung dengan jenis kelamin, usia, asal pergerakan, moda yang digunakan, dan waktu tempuh. Selain itu, terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 Ditolak yaitu terdapat hubungan antara frekuensi berkunjung dengan pekerjaan, dan jarak asal pergerakan.

Tabel 4.14 Hasil Chi-Square untuk Frekuensi Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,073	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,990	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,000	H_0 Ditolak
Asal Pergerakan	0,307	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,290	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,009	H_0 Ditolak
Waktu Tempuh	0,294	H_0 Diterima

Dari hasil keputusan pada tabel chi-square, terdapat dua variabel yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan frekuensi berkunjung. Dengan melihat hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa frekuensi berkunjung remaja ke Gorontalo Mall adalah sebanyak beberapa kali dalam seminggu oleh remaja dengan tingkat pekerjaan yaitu mahasiswa (14,8%), dengan jarak asal ke Gorontalo Mall yaitu antara 2-3 km (16,7%).

Tabel 4.15 Hasil Crosstab Frekuensi Berkunjung dengan Tingkat Pekerjaan dan Jarak Asal di Gorontalo Mall

	Pekerjaan			Jarak				Total
	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	> 3 km	
Beberapa Bulan Sekali	0 .0%	4 7.4%	4 7.4%	2 3.7%	1 1.9%	0 .0%	5 9.3%	8 14.8%
Berapa Kali Sebulan	0 .0%	5 9.3%	8 14.8%	6 11.1%	2 3.7%	0 .0%	5 9.3%	13 24.1%
Berapa Kali Seminggu	5 9.3%	8 14.8%	4 7.4%	5 9.3%	9 16.7%	3 5.6%	0 .0%	17 31.5%
Sekali Seminggu	0 .0%	8 14.8%	5 9.3%	2 3.7%	8 14.8%	0 .0%	3 5.6%	13 24.1%
Setiap Hari	3 5.6%	0 .0%	0 .0%	2 3.7%	1 1.9%	0 .0%	0 .0%	3 5.6%
Total	8	25	21	17	21	3	13	54

2. Gorontalo Business Centre

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 diterima yaitu tidak ada hubungan antara frekuensi berkunjung dengan usia, jenis kelamin, pekerjaan, moda yang digunakan, dan waktu tempuh. Terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 ditolak yaitu terdapat hubungan antara asal pergerakan dan jarak asal pergerakan.

Tabel 4.16 Hasil Chi-Square untuk Frekuensi Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Business Centre

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,178	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,262	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,230	H_0 Diterima
Asal Pergerakan	0,027	H_0 Ditolak
Moda yang digunakan	0,106	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,009	H_0 Ditolak
Waktu Tempuh	0,094	H_0 Diterima

Dari hasil keputusan pada tabel chi-square, terdapat dua variabel yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan frekuensi berkunjung. Dengan melihat hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa frekuensi berkunjung remaja ke Gorontalo Business Centre adalah sebanyak beberapa kali dalam sebulan oleh remaja yang berasal dari Kecamatan Kota Tengah (25,9%) dan dengan jarak asal antara 2-3 km (20,4%).

Tabel 4.30 Hasil Crosstab Frekuensi Berkunjung dengan Asal Pergerakan dan Jarak Asal Pengunjung di Gorontalo Business Centre

	Asal					Jarak				Total
	Kec. Kota Selatan	Kec. Kota Tengah	Kec. Limboto	Kec. Sipatana	Kec. Tapa	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	> 3 km	
Berapa Bulan Sekali	4 7.4%	3 5.6%	3 5.6%	2 3.7%	0 .0%	6 11.1%	2 3.7%	1 1.9%	3 5.6%	12 22.2%
Berapa Kali Sebulan	6 11.1%	14 25.9%	0 .0%	2 3.7%	4 7.4%	10 18.5%	11 20.4%	5 9.3%	0 .0%	26 48.1%
Berapa Kali Seminggu	3 5.6%	7 13.0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	5 9.3%	2 3.7%	3 5.6%	0 .0%	10 18.5%
Sekali Seminggu	4 7.4%	2 3.7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 3.7%	4 7.4%	0 .0%	6 11.1%
Total	17 31.5%	26 48.1%	3 5.6%	4 7.4%	4 7.4%	21 38.9%	17 31.5%	13 24.1%	3 5.6%	54 100.0%

3. Karsa Utama Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 diterima yaitu tidak ada hubungan antara frekuensi berkunjung dengan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan asal pergerakan. Terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 ditolak yaitu terdapat hubungan antara frekuensi berkunjung dengan moda yang digunakan, jarak asal pergerakan, dan waktu tempuh.

Tabel 4.31 Hasil Chi-Square untuk Frekuensi Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Business Centre

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,738	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,749	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,553	H_0 Diterima
Asal Pergerakan	0,064	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,000	H_0 Ditolak
Jarak Asal Pergerakan	0,008	H_0 Ditolak
Waktu Tempuh	0,037	H_0 Ditolak

Dari hasil keputusan pada tabel chi-square, terdapat tiga variabel yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$, sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan frekuensi berkunjung. Dengan melihat hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa frekuensi berkunjung remaja ke Karsa Utama Mall adalah sebanyak seminggu sekali oleh remaja dengan penggunaan kendaraan motor sebagai moda utama (20,4%), dengan jarak tempuh 1-2 km (20,4%), serta waktu tempuh 11-20 menit (13,0%).



Tabel 4.32 Hasil Crosstab antara Frekuensi Berkunjung dengan Moda yang Digunakan Remaja Menuju Pusat Perbelanjaan Karsa Utama Mall

	Moda				Jarak					Waktu Tempuh				Total	
	Bentor	Jalan Kaki	Mobil	Motor	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	< 500 m	> 3 km	1 - 5 menit	11 - 20 menit	20 - 30 menit	6 - 10 menit		> 30 menit
Berapa bulan sekali	2 3.7%	1 1.9%	3 5.6%	1 1.9%	2 3.7%	1 1.9%	2 3.7%	0 .0%	2 3.7%	0 .0%	2 3.7%	1 1.9%	2 3.7%	2 3.7%	7 13.0%
Berapa kali sebulan	7 13.0%	1 1.9%	2 3.7%	5 9.3%	9 16.7%	3 5.6%	2 3.7%	0 .0%	1 1.9%	0 .0%	7 13.0%	4 7.4%	3 5.6%	1 1.9%	15 27.8%
Berapa kali seminggu	3 5.6%	9 16.7%	1 1.9%	1 1.9%	2 3.7%	0 .0%	9 16.7%	2 3.7%	1 1.9%	2 3.7%	2 3.7%	0 .0%	9 16.7%	1 1.9%	14 25.9%
Seminggu Sekali	5 9.3%	0 .0%	2 3.7%	11 20.4%	11 20.4%	4 7.4%	2 3.7%	0 .0%	1 1.9%	0 .0%	7 13.0%	5 9.3%	6 11.1%	0 .0%	18 33.3%
Total	17 31.5%	11 20.4%	8 14.8%	18 33.3%	24 44.4%	8 14.8%	15 27.8%	2 3.7%	5 9.3%	2 3.7%	18 33.3%	10 18.5%	20 37.0%	4 7.4%	54 100.0%



4.6.4. Analisis Lama Berkunjung Remaja ke Pusat Perbelanjaan

1. Gorontalo Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, hanya terdapat satu variabel yang memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 Ditolak yaitu terdapat hubungan antara lama berkunjung dengan pekerjaan remaja.

Tabel 4.33 Hasil Chi-Square untuk Lama Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,053	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,656	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,000	H_0 Ditolak
Asal Pergerakan	0,593	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,659	H_0 Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,602	H_0 Diterima
Waktu Tempuh	0,711	H_0 Diterima

Hasil pada tabel *crosstab* menunjukkan maka diketahui bahwa lama berkunjung remaja ke Gorontalo Mall adalah antara 1-2 jam oleh remaja dengan jenis pekerjaan yaitu mahasiswa (35,2%).

Tabel 4.17 Hasil Crosstab Lama Berkunjung dengan Usia Remaja di Gorontalo Mall

	Pekerjaan			Total
	Karyawan	Mahasiswa	Pelajar	
1 Jam - 2 Jam	2 3.7%	19 35.2%	11 20.4%	32 59.3%
30 Menit - 1 Jam	6 11.1%	0 .0%	10 18.5%	16 29.6%
> 2 Jam	0 .0%	6 11.1%	0 .0%	6 11.1%
Total	8 14.8%	25 46.3%	21 38.9%	54 100.0%

2. Gorontalo Business Centre

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 Diterima yaitu tidak ada hubungan antara lama berkunjung dengan jenis kelamin, pekerjaan, moda yang digunakan, serta waktu tempuh. Terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 Ditolak yaitu terdapat hubungan antara lama berkunjung dengan usia remaja, asal pergerakan, dan jarak asal pergerakan.

Tabel 4.18 Hasil Chi-Square untuk Lama Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Gorontalo Business Centre

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,014	H ₀ Ditolak
Jenis Kelamin	0,114	H ₀ Diterima
Pekerjaan	0,233	H ₀ Diterima
Asal Pergerakan	0,004	H ₀ Ditolak
Moda yang digunakan	0,109	H ₀ Diterima
Jarak Asal Pergerakan	0,022	H ₀ Ditolak
Waktu Tempuh	0,187	H ₀ Diterima

Dari hasil keputusan pada tabel chi-square, terdapat tiga variabel yang memiliki nilai signifikan < 0,05, sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan lama berkunjung. Dengan melihat hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa lama berkunjung remaja ke Gorontalo Business Centre adalah antara 1-2 jam oleh remaja dengan usia 18-21 tahun (20,4%), berasal dari Kecamatan Kota Selatan (22,2%), dan dengan jarak asal antara 1-2 km (24,1%).

Tabel 4.19 Hasil Crosstab Lama Berkunjung dengan Usia, Asal Pergerakan, dan Jarak Asal Pengunjung di Gorontalo Business Centre

	Usia			Asal				
	12-14	15-17	18-21	Kec. Kota Selatan	Kec. Kota Tengah	Kec. Limboto	Kec. Sipatana	Kec. Tapa
1 - 2 Jam	7 13.0%	5 9.3%	11 20.4%	12 22.2%	6 11.1%	2 3.7%	2 3.7%	1 1.9%
30 Menit - 1 Jam	0 .0%	7 13.0%	12 22.2%	3 5.6%	15 27.8%	1 1.9%	0 .0%	0 .0%
> 2 Jam	0 .0%	2 3.7%	10 18.5%	2 3.7%	5 9.3%	0 .0%	2 3.7%	3 5.6%
Total	7 13.0%	14 25.9%	33 61.1%	17 31.5%	26 48.1%	3 5.6%	4 7.4%	4 7.4%

	Jarak				Total
	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	> 3 km	
1 - 2 Jam	13 24.1%	4 7.4%	4 7.4%	2 3.7%	23 42.6%
30 Menit - 1 Jam	5 9.3%	5 9.3%	8 14.8%	1 1.9%	19 35.2%
> 2 Jam	3 5.6%	8 14.8%	1 1.9%	0 .0%	12 22.2%
Total	21 38.9%	17 31.5%	13 24.1%	3 5.6%	54 100.0%

3. Karsa Utama Mall

Berdasarkan hasil analisis pada tabel chi-square, terdapat variabel yang memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 dengan kesimpulan H_0 diterima yaitu tidak ada hubungan antara lama berkunjung dengan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan asal pergerakan remaja. Selain itu, terdapat variabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 dengan kesimpulannya H_0 ditolak yaitu terdapat hubungan antara moda yang digunakan, jarak asal pergerakan dan waktu tempuh.

Tabel 4.37 Hasil Chi-Square untuk Lama Berkunjung dengan Karakteristik Remaja di Karsa Utama Mall

Variabel	Nilai Signifikan	Keputusan
Usia	0,914	H_0 Diterima
Jenis Kelamin	0,934	H_0 Diterima
Pekerjaan	0,052	H_0 Diterima
Asal Pergerakan	0,055	H_0 Diterima
Moda yang digunakan	0,007	H_0 Ditolak
Jarak Asal Pergerakan	0,015	H_0 Ditolak
Waktu Tempuh	0,005	H_0 Ditolak

Dari hasil keputusan pada tabel chi-square, terdapat tiga variabel karakteristik remaja yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$, sehingga variabel ini memiliki hubungan dengan lama berkunjung ke Karsa Utama Mall. Dengan melihat hasil pada tabel *crosstab* maka diketahui bahwa lama berkunjung remaja ke Karsa Utama Mall adalah antara 30 menit – 1 jam oleh remaja kalangan mahasiswa (18,5%), dengan moda yang digunakan yaitu motor (18,5%), dengan waktu tempuh antara 6-10 menit dan 11-20 menit (16,7%).

Tabel 4.38 Hasil Crosstab Lama Berkunjung dengan Moda, Jarak, dan Waktu Tempuh Pengunjung Remaja Karsa Utama Mall

	Moda				Jarak					Total
	Bentor	Jalan Kaki	Mobil	Motor	1 - 2 km	2 - 3 km	500 m - 1 km	< 500 m	> 3 km	
1 - 2 Jam	7 13.0%	2 3.7%	6 11.1%	8 14.8%	11 20.4%	3 5.6%	3 5.6%	1 1.9%	5 9.3%	23 42.6%
30 menit - 1 jam	8 14.8%	4 7.4%	0 .0%	10 18.5%	13 24.1%	3 5.6%	5 9.3%	1 1.9%	0 .0%	22 40.7%
< 30 menit	0 .0%	3 5.6%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	3 5.6%	0 .0%	0 .0%	3 5.6%
> 2 jam	1 1.9%	2 3.7%	2 3.7%	1 1.9%	0 .0%	2 3.7%	4 7.4%	0 .0%	0 .0%	6 11.1%
Total	16 31.5%	11 20.4%	8 14.8%	19 33.3%	24 44.4%	8 14.8%	15 27.8%	2 3.7%	5 9.3%	54 100.0%

	Waktu Tempuh					Total
	1 - 5 menit	11 - 20 menit	20 - 30 menit	6 - 10 menit	> 30 menit	
1 - 2 Jam	0 .0%	8 14.8%	5 9.3%	6 11.1%	4 7.4%	23 42.6%
30 menit - 1 jam	0 .0%	9 16.7%	4 7.4%	9 16.7%	0 .0%	22 40.7%
< 30 menit	0 .0%	0 .0%	0 .0%	3 5.6%	0 .0%	3 5.6%
> 2 jam	2 3.7%	1 1.9%	1 1.9%	2 3.7%	0 .0%	6 11.1%
Total	2 3.7%	18 33.3%	10 18.5%	20 37.0%	4 7.4%	54 100.0%

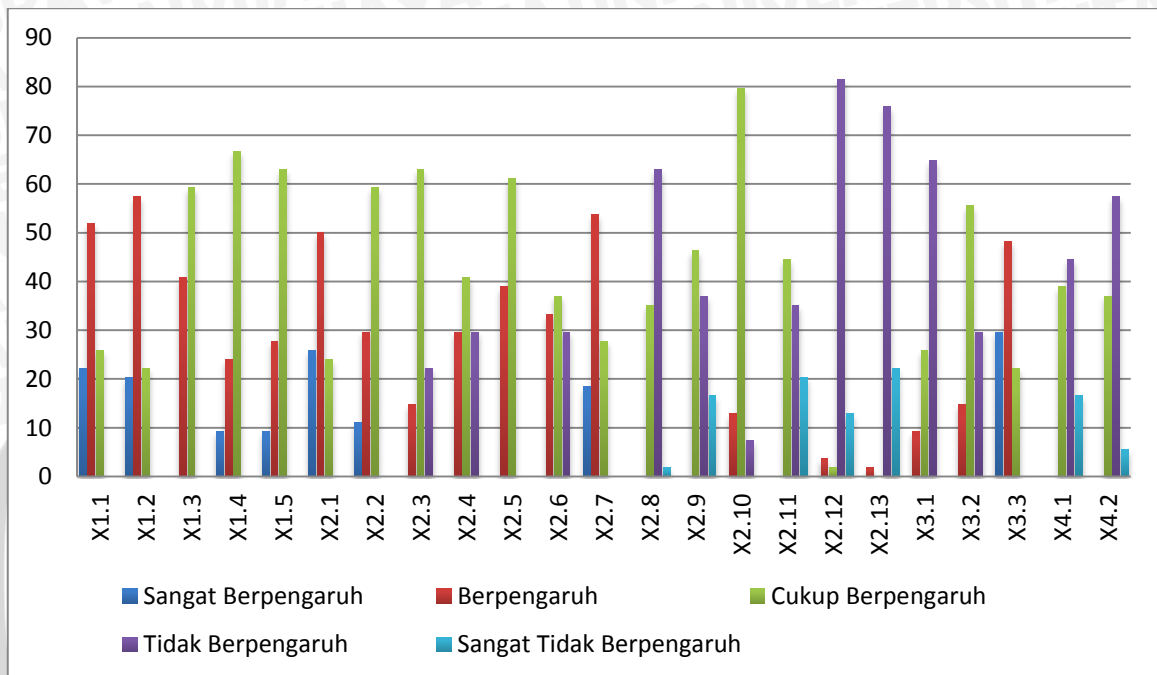
4.7. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Remaja Dalam Mengunjungi dan Beraktifitas di Pusat Perbelanjaan

Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh bagi remaja untuk melakukan kegiatan rekreasi di pusat perbelanjaan, atau dengan kata lain faktor-faktor yang menjadi daya tarik bagi remaja. Analisis faktor dilakukan untuk meringkas atau mereduksi komponen pendukung kegiatan rekreasi menjadi beberapa variabel atau dimensi baru. Input dari analisis ini adalah data interval dengan skala pengukuran menggunakan skala likert, yang berasal dari persepsi remaja terhadap indikator komponen pendukung kegiatan rekreasi di dalam sebuah pusat perbelanjaan. Indikator tersebut terdiri dari 4 variabel dengan 23 sub variabel.

Grafik pada Gambar 4.23 menunjukkan persentase persepsi remaja terhadap 23 sub variabel atau komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan Gorontalo Mall. Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi sangat berpengaruh bagi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Mall adalah komponen restoran ($X_{3.3}$). Komponen ini dirasakan sangat berpengaruh karena sangat mendukung aktivitas yang sering dilakukan oleh remaja di Gorontalo Mall yaitu makan dan berkumpul bersama teman atau keluarga.

Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi berpengaruh bagi remaja pengunjung Gorontalo Mall adalah komponen sirkulasi vertikal ($X_{1.2}$). Sirkulasi vertikal dirasakan berpengaruh karena memudahkan aksesibilitas remaja ketika berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya di dalam Gorontalo Mall. Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk

persepsi cukup berpengaruh bagi remaja Gorontalo Mall adalah komponen kapasitas lahan parkir ($X_{1.4}$). Komponen ini dirasakan cukup berpengaruh karena berdasarkan hasil tabulasi silang sebagian besar remaja menuju Gorontalo Mall menggunakan kendaraan pribadi baik berupa mobil maupun motor, sehingga memudahkan remaja memikirkan kendaraannya ketika berkunjung ke Gorontalo Mall.



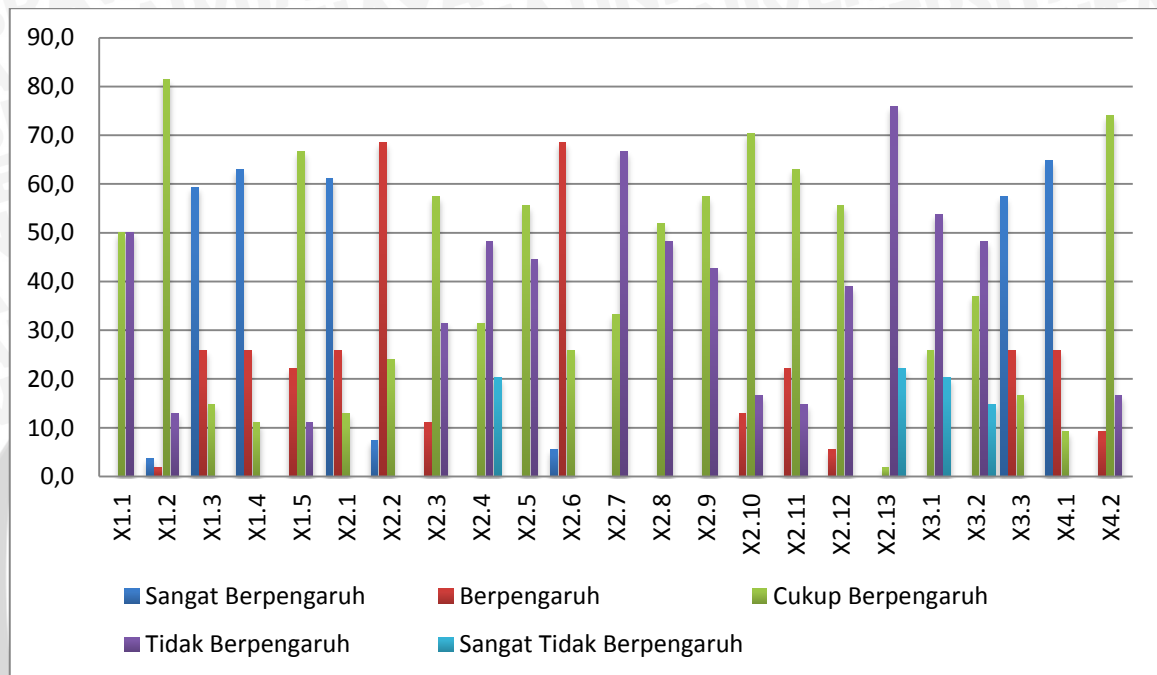
Gambar 4.23 Persentase Persepsi Pengunjung Remaja Gorontalo Mall Terhadap Komponen Pendukung Rekreasi

Grafik pada Gambar 4.24 menunjukkan persentase persepsi remaja terhadap 23 sub variabel atau komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan Gorontalo Business Centre. Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi sangat berpengaruh bagi remaja adalah komponen sarana hiburan lainnya seperti bioskop dan karaoke ($X_{4.1}$). Komponen ini dirasakan sangat berpengaruh karena dapat memfasilitasi aktivitas berkumpul remaja, yang merupakan aktivitas yang paling sering dilakukan oleh remaja di Gorontalo Business Centre.

Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi berpengaruh bagi remaja Gorontalo Business Centre adalah komponen Kualitas produk / jasa ($X_{2.2}$) dan komponen Penunjuk arah/signage ($X_{2.6}$). komponen ini dirasakan berpengaruh karena kualitas produk/jasa dapat mempengaruhi kepuasan remaja ketika beraktivitas, selain itu penunjuk arah atau penanda yang jelas dapat memudahkan

remaja dalam mengunjungi satu tempat ke tempat lainnya di dalam pusat perbelanjaan Gorontalo Business Centre.

Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi cukup berpengaruh bagi remaja Gorontalo Business Centre adalah komponen Ruang / mesin ATM ($X_{2.10}$).

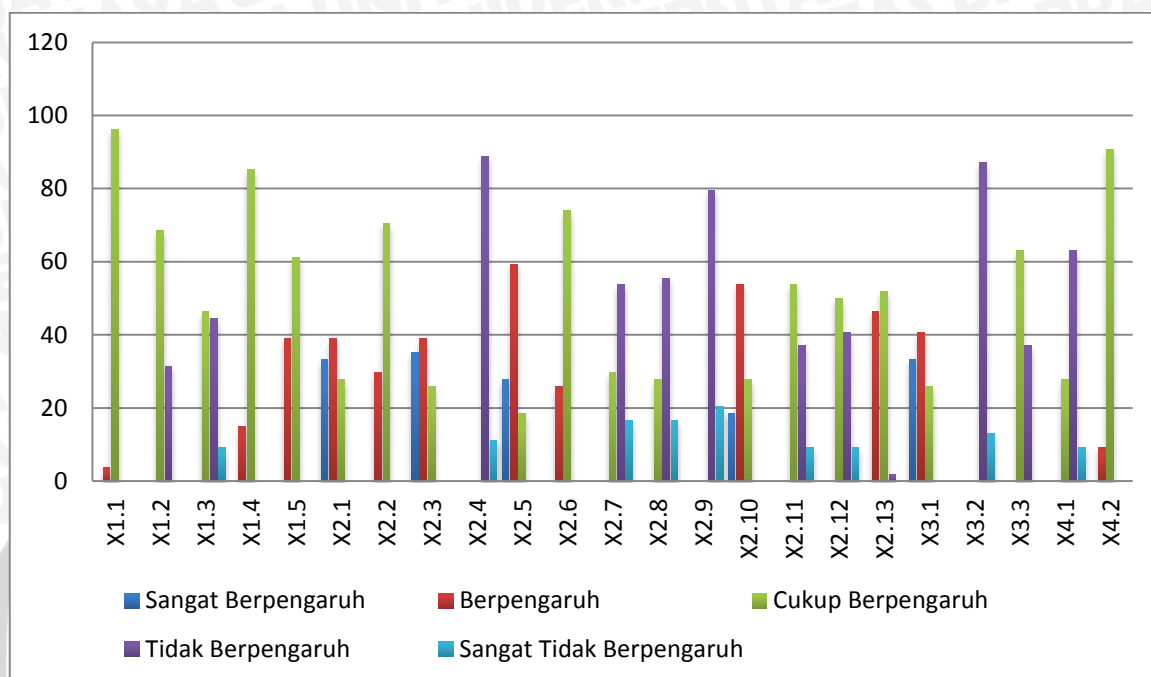


Gambar 4.24 Persentase Persepsi Pengunjung Remaja Gorontalo Business Centre Terhadap Komponen Pendukung Rekreasi

Grafik pada Gambar 4.25 menunjukkan persentase persepsi remaja terhadap 23 sub variabel atau komponen pendukung kegiatan rekreasi dalam pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall. Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi sangat berpengaruh bagi remaja adalah komponen kisaran harga produk / jasa ($X_{2.3}$). Komponen ini dirasakan sangat berpengaruh karena berdasarkan hasil analisis tabulasi silang, aktivitas yang dilakukan remaja di pusat perbelanjaan adalah berbelanja dan bermain dengan motivasi berkunjungnya yaitu dapat memenuhi kebutuhan. Selain itu, rantai satu sampai rantai tiga Karsa Utama Mall terdiri dari supermarket, department store dan game centre.

Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk persepsi berpengaruh bagi remaja Karsa Utama Mall adalah komponen jumlah Kasir / Proses pembayaran ($X_{2.5}$). komponen ini dirasakan berpengaruh karena mempermudah remaja ketika berbelanja baik di supermarket maupun department store yang ada di Karsa Utama Mall. Komponen pusat perbelanjaan dengan persentase paling besar untuk

persepsi cukup berpengaruh bagi remaja Karsa Utama Mall adalah komponen tingkat kebersihan ($X_{1.1}$). komponen ini dirasakan cukup berpengaruh karena dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan.



Gambar 4.25 Persentase Persepsi Pengunjung Remaja Karsa Utama Mall Terhadap Komponen Pendukung Rekreasi

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel-variabel yang digunakan dengan melihat koefisien *pearson correlation*, yang ditandai dengan nilai sig. (2 tailed) kurang dari 0,05. Variabel yang memiliki nilai koefisien *pearson correlation* lebih dari 0,05 dianggap variabel yang tidak valid, sehingga dikeluarkan dari proses analisis. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang telah disusun benar-benar dapat digunakan untuk menguji masalah, dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dengan syarat lebih dari 0,6.

Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas

Sub Variabel	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall	
	Nilai Korelasi	Keterangan	Nilai Korelasi	Keterangan	Nilai Korelasi	Keterangan
Komponen Dasar Pusat Perbelanjaan (X1)						
X _{1.1}	.811**	Valid	.370**	Valid	.323*	Valid
X _{1.2}	.591**	Valid	-.072	Tidak Valid	.439**	Valid
X _{1.3}	.047	Tidak Valid	.839**	Valid	.552**	Valid
X _{1.4}	.736	Valid	.000	Valid	.000	Valid
X _{1.4}	.720**	Valid	.785**	Valid	.010	Tidak Valid

Sub Variabel	Gorontalo Mall		Gorontalo Business Centre		Karsa Utama Mall		
	Nilai Korelasi	Keterangan	Nilai Korelasi	Keterangan	Nilai Korelasi	Keterangan	
X _{1.5}	parkir	.000		.000		.943	
	Tingkat	.740**	Valid	.604**	Valid	.589**	Valid
	pencahayaan	.000		.000		.000	
Komponen Pendukung Pusat Perbelanjaan (X2)							
X _{2.1}	Keragaman jenis	.686**	Valid	.803**	Valid	.766**	Valid
	produk / jasa	.000		.000		.000	
X _{2.2}	Kualitas produk /	.689**	Valid	.685**	Valid	.154	Tidak Valid
	jasa	.000		.000		.267	
X _{2.3}	Kisaran harga	.506**	Valid	.177	Tidak Valid	.840**	Valid
	produk / jasa	.000		.200		.000	
X _{2.4}	Tempat duduk	.707**	Valid	.707**	Valid	.173	Tidak Valid
		.000		.000		.211	
X _{2.5}	Jumlah Kasir /	.061	Tidak Valid	.545**	Valid	.807**	Valid
	Proses pembayaran	.664		.000		.000	
X _{2.6}	Penunjuk arah	-.387**	Valid	.620**	Valid	.261	Tidak Valid
	(<i>signage</i>)	.004		.000		.057	
X _{2.7}	Kinerja Penyejuk	.789**	Valid	.585**	Valid	.519**	Valid
	Udara	.000		.000		.000	
X _{2.8}	Kamar kecil / Toilet	.461**	Valid	.510**	Valid	.465**	Valid
		.000		.000		.000	
X _{2.9}	Mushola	.748**	Valid	.250	Tidak Valid	.267	Tidak Valid
		.000		.068		.051	
X _{2.10}	Ruang / mesin	.021	Tidak Valid	-.144	Tidak Valid	.520**	Valid
	ATM	.878		.300		.000	
X _{2.11}	Pos pelayanan atau	.565**	Valid	.676**	Valid	.519**	Valid
	pusat informasi	.000		.000		.000	
X _{2.12}	Ruang /pos	.113	Tidak Valid	-.015	Tidak Valid	.493**	Valid
	keamanan	.415		.913		.000	
X _{2.13}	Tempat penitipan	.198	Tidak Valid	.041	Tidak Valid	.369**	Valid
	barang	.151		.771		.006	
Komponen Rekreasi Umum (X3)							
X _{3.1}	Arena bermain atau	.716**	Valid	.094	Tidak Valid	.837**	Valid
	game center	.000		.497		.000	
X _{3.2}	Area <i>foodcourt</i>	.735**	Valid	.554**	Valid	.174	Tidak Valid
		.000		.000		.208	
X _{3.3}	Restoran	.731**	Valid	.872**	Valid	.529**	Valid
		.000		.000		.000	
Komponen Rekreasi Khusus (X4)							
X _{4.1}	Sarana hiburan	.237	Tidak Valid	.792**	Valid	.500**	Valid
	lainnya (Bioskop, Karaoke)	.084		.000		.000	
X _{4.2}	Sarana Olahraga	.257	Tidak Valid	-.158	Tidak Valid	.127	Tidak Valid
	lainnya (Futsal, GYM Center)	.061		.254		.361	

Hasil uji validitas menunjukkan terdapat sub variabel yang tidak valid yaitu, untuk Gorontalo Mall terdapat 7 sub variabel, Gorontalo Business Centre 8 sub variabel dan Karsa Utama Mall 7 sub variabel, sehingga sub variabel tersebut dikeluarkan dan tidak dimasukkan pada uji reliabilitas. 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.

Tabel 4.40 Hasil Uji Reliabilitas

Wilayah Studi	Cronbach's Alpha	N of Items
Gorontalo Mall	0,895	16
Gorontalo Business Centre	0,911	15
Karsa Utama Mall	0,877	16

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

Tahapan selanjutnya dalam analisis faktor yaitu dengan melihat nilai KMO (*Keiser Meyer Olkin*). Nilai KMO yang diharapkan yaitu $KMO > 0,5$, apabila nilai $KMO < 0,5$ hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi antar sub variabel tidak dapat diterangkan oleh sub variabel lain dan analisis faktor menjadi tidak tepat sehingga tidak dapat dilanjutkan ke proses analisis faktor selanjutnya. Berdasarkan hasil uji KMO, variabel yang diuji di masing-masing pusat perbelanjaan menunjukkan nilai $KMO > 0,5$.

Tabel 4.41 Hasil Uji KMO dan *Bartlett's Test*

KMO dan Bartlett's Test			Gorontalo Mall	Gorontalo Business Centre	Karsa Utama Mall
KMO	Measure	of	0,836	0,792	0,748
Sampling	Adequacy				
Sig.			0,000	0,000	0,000

3. Uji MSA (*Measure Sampling Adequency*)

Hasil uji MSA dapat dilihat pada tabel *anti-image matrices* pada lampiran. Nilai yang dilihat yaitu angka-angka pada bagian *anti-image correlation* yang diberi tanda "a" yang membentuk garis diagonal. 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

Pada tahapan ekstraksi faktor ini akan terbentuk kelompok faktor baru. Penentuan banyaknya faktor berdasarkan pada kriteria eigenvalues dan kriteria persentase keragaman kumulatif. Berdasarkan hasil ekstraksi faktor terbentuk kelompok faktor baru yang memberikan pengaruh terhadap remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di ketiga pusat perbelanjaan. Kelompok faktor yang terbentuk harus memiliki nilai eigen > 1 , dan memiliki total keragaman $> 60\%$.

Berdasarkan hasil ekstraksi faktor pada sub variabel di pusat perbelanjaan Gorontalo Mall terbentuk 4 kelompok baru dengan total keragaman 80,73% dengan keragaman paling tinggi yaitu kelompok faktor 1 sebesar 50,33%. Artinya bahwa komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor 1 ini memberikan sumbangan terhadap faktor-faktor berpengaruh atau faktor daya tarik pusat perbelanjaan

sebesar 50,33%. Untuk Gorontalo Business Centre terbentuk 4 kelompok baru dengan total keragaman 84,737% dengan keragaman paling tinggi yaitu kelompok faktor 1 sebesar 48,49%. Artinya bahwa komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor 1 ini memberikan sumbangan terhadap faktor-faktor berpengaruh atau faktor daya tarik pusat perbelanjaan sebesar 48,49%. Komponen pada Karsa Utama Mall membentuk 4 kelompok baru dengan total keragaman 74,505% dengan keragaman paling tinggi yaitu kelompok faktor 1 sebesar 36,44%. Artinya bahwa komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor 1 ini memberikan sumbangan terhadap faktor-faktor berpengaruh atau faktor daya tarik pusat perbelanjaan sebesar 36,44%.

5. Interpretasi Faktor

Dalam interpretasi faktor dilakukan rotasi faktor untuk memperjelas dan mempertegas bobot faktor (factor loading) pada setiap faktor atau variabel. Interpretasi dilakukan dengan melihat tabel *rotated component matrix*. Dari tabel hasil rotasi, pada masing-masing pusat perbelanjaan terbentuk empat komponen yang merupakan komponen daya tarik di masing-masing pusat perbelanjaan.

A. Gorontalo Mall

Pada pusat perbelanjaan Gorontalo Mall, faktor daya tarik I memiliki enam sub variabel komponen daya tarik. Faktor daya tarik II memiliki empat sub variabel komponen daya tarik. Faktor daya tarik III memiliki lima sub variabel komponen daya tarik dan Faktor daya tarik IV memiliki satu sub variabel komponen daya tarik.

Tabel 4.42 Faktor Daya Tarik Gorontalo Mall

Daya Tarik	% Keragaman	Sub Variabel	Keterangan
Faktor interior dan rekreasi	47,52%	X _{1,1}	Tingkat kebersihan
		X _{1,2}	Sirkulasi vertikal
		X _{2,1}	Keragaman jenis produk / jasa
		X _{2,7}	Penyejuk Udara
		X _{3,2}	Area <i>foodcourt</i>
		X _{3,3}	Restoran
Faktor eksterior dan rekreasi	18,64%	X _{1,4}	Lahan parkir
		X _{1,5}	Pencahayaannya
		X _{2,2}	Kualitas produk/jasa
		X _{3,1}	Arena bermain atau <i>game center</i>
Faktor pelayanan pendukung	7,24%	X _{2,3}	Kisaran harga produk / jasa
		X _{2,4}	Tempat duduk
		X _{2,6}	Penunjuk arah (<i>signage</i>)
		X _{2,9}	Mushola
		X _{2,11}	Pos pelayanan atau pusat informasi
Faktor sistem sanitasi	6,30%	X _{2,8}	Kamar kecil / Toilet

Tabel 4.42 menunjukkan terdapat empat kelompok faktor baru yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja berkunjung ke Gorontalo Mall, yaitu:

1. Faktor Interior dan Rekreasi, terdiri dari komponen tingkat kebersihan, sirkulasi vertikal, keragaman jenis produk/jasa, penyejuk udara, area *foodcourt*, dan restoran.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar, yaitu sebesar 47,52%, sehingga merupakan faktor pertama yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Mall. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor-faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Mall sebesar 47,52%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.23 komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor ini memiliki persentase lebih dari 50% untuk persepsi berpengaruh, dan memiliki persentase besar lebih besar 15% untuk persepsi sangat berpengaruh, artinya lebih dari 15% remaja menganggap komponen dalam kelompok faktor ini sangat mempengaruhi aktivitas remaja di pusat perbelanjaan, dan 50% lainnya berpengaruh.

Komponen tingkat kebersihan dan penyejuk udara menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena kedua komponen tersebut mempengaruhi kenyamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan. Komponen sirkulasi vertikal menjadi faktor daya tarik karena dapat mempermudah sirkulasi remaja ketika berpindah dari lantai satu ke lantai lainnya. Gorontalo Mall terdiri dari lima lantai, dan memiliki 4 eskalator di setiap lantainya yang mempermudah jalur sirkulasi pengunjung. Komponen keragaman jenis produk/jasa, area *foodcourt* dan restoran menjadi faktor daya tarik karena dapat memberikan berbagai pilihan aktivitas bagi remaja dalam sekali kunjungan ke Gorontalo Mall. Gorontalo Mall memiliki berbagai pilihan jenis toko, restaurant, *foodcourt*, supermarket ataupun department store yang tersebar mulai dari lantai dasar sampai lantai 5.

2. Faktor Eksterior dan Rekreasi, terdiri dari komponen lahan parkir, pencahayaan, kualitas produk/jasa, serta arena bermain atau game centre.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar kedua, yaitu sebesar 18,64%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh kedua. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik

Gorontalo Mall sebesar 18,64%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.23, 25%-50% remaja menganggap komponen dalam kelompok faktor ini mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di pusat perbelanjaan Gorontalo Mall. Lebih dari 60% remaja menganggap komponen dalam kelompok faktor ini cukup mempengaruhi remaja.

Komponen lahan parkir menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena karena berdasarkan hasil tabulasi silang sebagian besar remaja menuju Gorontalo Mall menggunakan kendaraan pribadi baik berupa mobil maupun motor, sehingga memudahkan remaja memikirkan kendaraannya ketika berkunjung ke Gorontalo Mall. Komponen pencahayaan, dan kualitas produk/jasa menjadi faktor daya tarik karena kedua komponen tersebut mempengaruhi tingkat kenyamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan. Komponen arena bermain atau game centre menjadi faktor daya tarik karena merupakan salah satu pilihan sarana rekreasi yang ada di Gorontalo Mall.

3. Faktor Pelayanan Pendukung, terdiri dari komponen kisaran harga produk / jasa, tempat duduk, penunjuk arah (*signage*), mushola, dan pos pelayanan atau pusat informasi.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar ketiga, yaitu sebesar 7,24%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh ketiga yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Mall. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Mall sebesar 7,24%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.23, antara 40%-62% remaja menganggap komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor ini cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di Gorontalo Mall.

Komponen-komponen ini menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena dapat mendukung pelayanan atau *service* yang ditawarkan ketika berkunjung ke Gorontalo Mall, serta mempengaruhi kenyamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan.

4. Faktor Sistem Sanitasi, terdiri dari komponen kamar kecil/toilet.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar keempat, yaitu sebesar 6,30%, sehingga merupakan faktor yang

berpengaruh keempat yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Mall. Komponen kamar kecil/toilet ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Mall sebesar 6,30%.

Komponen ini menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena berhubungan dengan pelayanan atau *service* yang ditawarkan ketika berkunjung ke Gorontalo Mall. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.23, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor keempat ini memiliki persentase antara 35% untuk persepsi cukup berpengaruh, artinya sebanyak 35% remaja menganggap faktor sistem sanitasi cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di pusat perbelanjaan Gorontalo Mall.

B. Gorontalo Business Centre

Pada pusat perbelanjaan Gorontalo Business Centre, faktor daya tarik I memiliki lima sub variabel komponen daya tarik. Faktor daya tarik II memiliki lima sub variabel komponen daya tarik. Faktor daya tarik III memiliki tiga sub variabel komponen daya tarik dan Faktor daya tarik IV memiliki dua sub variabel komponen daya tarik.

Tabel 4.43 Faktor Daya Tarik Gorontalo Business Centre

Komponen	% Keragaman	Sub Variabel	Keterangan
Faktor eksterior dan rekreasi	48,49%	X _{1.3}	Sirkulasi horizontal
		X _{1.4}	Kapasitas lahan parkir
		X _{2.1}	Keragaman jenis produk / jasa
		X _{3.3}	Restoran
		X _{4.1}	Sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)
Faktor interior dan rekreasi	16,79%	X _{1.5}	Pencahayaannya
		X _{2.4}	Tempat duduk
		X _{2.7}	Kinerja Penyejuk Udara
		X _{2.11}	Pos pelayanan/pusat informasi
		X _{3.2}	Area <i>foodcourt</i>
Faktor interior pusat perbelanjaan	10,65%	X _{1.1}	Tingkat Kebersihan
		X _{2.5}	Kasir
		X _{2.8}	Kamar kecil / Toilet
Faktor pelayanan pendukung	8,798%	X _{2.2}	Kualitas produk atau jasa
		X _{2.6}	Penunjuk arah (<i>signage</i>)

Tabel 4.43 menunjukkan terdapat empat kelompok faktor baru yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja berkunjung ke Gorontalo Business Centre, yaitu:

1. Faktor Eksterior dan Rekreasi, terdiri dari komponen Sirkulasi horizontal, Kapasitas lahan parkir, Keragaman jenis produk / jasa, Restoran, dan Sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar, yaitu sebesar 48,49%, sehingga merupakan faktor pertama yang menjadi faktor daya tarik Gorontalo Business Centre. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Business Centre sebesar 48,49%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.24, 55%-65% remaja menganggap faktor eksterior dan pelayanan rekreasi ini sangat mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di Gorontalo Business Centre, dan 20% remaja lainnya dengan persepsi berpengaruh.

Komponen sirkulasi horizontal yang lebar dapat mempengaruhi kenyamanan remaja sehingga tidak berdesakan ketika berada di dalam pusat perbelanjaan. Kapasitas lahan parkir yang cukup dapat memudahkan remaja yang menggunakan kendaraan pribadi. Keragaman jenis produk / jasa menjadi faktor daya tarik karena menyediakan beragam tempat untuk dikunjungi dan beragam aktivitas yang dapat dilakukan dalam sekali kunjungan, seperti misalnya pada faktor ini yaitu komponen restoran, dan sarana hiburan lainnya. Berdasarkan analisis tabulasi silang, hal ini mendukung kegiatan dominan yang dilakukan remaja di Gorontalo Business Centre yaitu aktivitas berkumpul dengan teman atau keluarga.

2. Faktor Interior dan Rekreasi, terdiri dari komponen pencahayaan, tempat duduk, kinerja penyejuk udara, pos pelayanan/pusat informasi, serta area *foodcourt*.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar kedua, yaitu sebesar 16,79%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh kedua yang menjadi faktor daya tarik bagi Gorontalo Business Centre. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Business Centre sebesar 16,79%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.24, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor kedua ini memiliki persentase dominan antara 30%-65% untuk persepsi cukup berpengaruh, artinya sebanyak 30%-65% remaja menganggap faktor interior dan pelayanan rekreasi cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di pusat perbelanjaan.

Komponen pencahayaan, tempat duduk, kinerja penyejuk udara, pos pelayanan/pusat informasi menjadi faktor daya tarik dan berpengaruh bagi remaja karena berkaitan dengan pelayanan atau *service* yang ditawarkan ketika berkunjung

ke Gorontalo Business Centre, serta mempengaruhi tingkat kenyamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan tersebut. Komponen area *foodcourt* menjadi faktor daya tarik karena merupakan salah satu fasilitas rekreasi yang dapat memberikan pilihan aktivitas bagi remaja di Gorontalo Business Centre.

3. Faktor Interior Pusat Perbelanjaan, terdiri dari komponen tingkat kebersihan, kasir, kamar kecil / toilet.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar ketiga, yaitu sebesar 10,65%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh ketiga yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktivitas di Gorontalo Business Centre. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Business Centre sebesar 10,65%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.24, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor ketiga ini memiliki persentase antara 50%-55% untuk persepsi cukup berpengaruh, artinya 50%-55% remaja menganggap faktor pendukung pelayanan ini cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktivitas di Gorontalo Business Centre.

Komponen tingkat kebersihan, kasir, kamar kecil / toilet merupakan komponen internal pusat perbelanjaan dan mendukung pelayanan atau *service* yang ditawarkan ketika berkunjung ke Gorontalo Business Centre, serta mempengaruhi kenyamanan remaja ketika beraktivitas di Gorontalo Business Centre.

4. Faktor Pelayanan Pendukung, terdiri dari komponen kualitas produk atau jasa, penunjuk arah (*signage*).

Faktor keempat merupakan faktor dengan Eigenvalues dan persentase keragaman paling besar keempat, yaitu sebesar 8,798%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh keempat yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Business Centre. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Gorontalo Business Centre sebesar 8,798%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.24, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor pelayanan pendukung ini memiliki persentase 68,5% untuk persepsi berpengaruh dan 25% untuk persepsi cukup berpengaruh, artinya 68,5% remaja menganggap faktor pelayanan pusat perbelanjaan ini mempengaruhi remaja untuk

berkunjung dan beraktivitas di Gorontalo Business Center, dan 25% remaja menganggap faktor pelayanan pendukung cukup mempengaruhi.

Komponen kualitas produk atau jasa menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena berhubungan dengan pelayanan atau *service* yang ditawarkan ketika berkunjung ke Gorontalo Business Centre, sedangkan komponen penunjuk arah (*signage*) menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena mempermudah remaja ketika beraktivitas dari satu tempat ke tempat lainnya di dalam Gorontalo Business Centre.

C. Karsa Utama Mall

Pada pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall, faktor daya tarik I memiliki tujuh sub variabel komponen daya tarik. Faktor daya tarik II memiliki tiga sub variabel komponen daya tarik. Faktor daya tarik III memiliki empat sub variabel komponen daya tarik dan faktor daya tarik IV memiliki dua sub variabel komponen daya tarik.

Tabel 4.44 Faktor Daya Tarik Karsa Utama Mall

Komponen	% Keragaman	Sub Variabel	Keterangan
Faktor Pelayanan dan rekreasi	36,44%	X _{1,5}	Tingkat pencahayaan
		X _{2,1}	Keragaman jenis produk / jasa
		X _{2,3}	Kisaran harga produk / jasa
		X _{2,5}	Jumlah Kasir / Proses pembayaran
		X _{2,10}	Ruang / mesin ATM
		X _{2,13}	Tempat penitipan barang
		X _{3,1}	Arena bermain atau game center
Faktor pelayanan pendukung	18,19%	X _{1,3}	Sirkulasi horizontal
		X _{2,11}	Pos pelayanan / pusat informasi
		X _{2,12}	Kinerja ruang /pos keamanan
Faktor interior dan rekreasi	12%	X _{1,1}	Tingkat kebersihan
		X _{2,7}	Kinerja Penyejuk Udara
		X _{2,8}	Kamar kecil / Toilet
		X _{4,1}	Sarana hiburan lainnya
Faktor pendukung dan rekreasi	7,87%	X _{1,2}	Sirkulasi vertical
		X _{3,3}	Restoran

Tabel 4.44 menunjukkan terdapat empat kelompok faktor baru yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja berkunjung ke Karsa Utama Mall, yaitu:

1. Faktor Pelayanan dan Rekreasi, terdiri dari komponen tingkat pencahayaan, keragaman jenis produk / jasa, jumlah kasir / proses pembayaran, ruang / mesin atm, tempat penitipan barang, dan arena bermain atau game center.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar, yaitu sebesar 36,44%, sehingga merupakan faktor pertama yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Karsa Utama Mall. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini

memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Karsa Utama Mall sebesar 36,44%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.25 komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor pertama ini memiliki persentase antara 40%-60% untuk persepsi berpengaruh, dan memiliki persentase antara 15%-35% untuk persepsi sangat berpengaruh.

Komponen tingkat pencahayaan, jumlah kasir / proses pembayaran, ruang / mesin atm, tempat penitipan barang menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena komponen tersebut mempengaruhi tingkat kenyamanan maupun keamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan. Komponen keragaman jenis produk/jasa, serta arena bermain atau game center menjadi faktor daya tarik karena dapat memberikan berbagai pilihan aktivitas bagi remaja dalam sekali kunjungan ke Karsa Utama Mall, seperti berbelanja di supermarket atau department store yang ada

2. Faktor Pelayanan Pendukung, terdiri dari komponen sirkulasi horizontal, pos pelayanan / pusat informasi, kinerja ruang/pos keamanan.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar kedua, yaitu sebesar 18,19%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh kedua yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Karsa Utama Mall. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Karsa Utama Mall sebesar 18,19%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.25, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor kedua ini memiliki persentase antara 40%-50% untuk persepsi cukup berpengaruh. Artinya 40%-50% remaja menganggap faktor pelayanan pendukung ini cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktivitas di Karsa Utama Mall.

Komponen sirkulasi horizontal yang lebar dapat mempengaruhi kenyamanan remaja karena dapat memudahkan remaja ketika melewati pintu masuk maupun koridor pusat perbelanjaan, sehingga tidak berdesakan ketika berada di dalam pusat perbelanjaan. Komponen pos pelayanan / pusat informasi dan kinerja ruang /pos keamanan merupakan komponen service and security. Kedua komponen ini menjadi faktor daya tarik karena kedua komponen tersebut mempengaruhi kenyamanan maupun keamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall.

3. Faktor Interior dan Rekreasi, terdiri dari komponen tingkat kebersihan, kinerja penyejuk udara, kamar kecil / toilet, dan sarana hiburan lainnya.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar ketiga, yaitu sebesar 12%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh ketiga yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Karsa Utama Mall. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Karsa Utama Mall sebesar 12%. Berdasarkan diagram pada Gambar 4.25, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor ketiga ini memiliki persentase antara 25%-30% untuk persepsi cukup berpengaruh, dan 50%-60% untuk persepsi tidak berpengaruh. Artinya 25%-30% remaja menganggap faktor pendukung pelayanan ini cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktivitas di Karsa Utama Mall.

Komponen tingkat kebersihan, kinerja penyejuk udara, dan kamar kecil / toilet ini termasuk dalam komponen *service* dalam pusat perbelanjaan. Komponen-komponen ini menjadi faktor daya tarik dan mempengaruhi remaja karena berhubungan dengan pelayanan atau *service* yang ada ketika berkunjung ke Karsa Utama Mall, serta mempengaruhi tingkat kenyamanan remaja ketika beraktivitas di pusat perbelanjaan. Komponen sarana hiburan lainnya menjadi komponen yang mempengaruhi remaja karena menjadi salah satu fasilitas rekreasi yang ada di pusat perbelanjaan.

4. Faktor Pendukung dan Rekreasi, terdiri dari komponen sirkulasi vertikal, dan restoran.

Faktor ini merupakan faktor dengan eigenvalues dan persentase keragaman paling besar keempat, yaitu sebesar 7,87%, sehingga merupakan faktor yang berpengaruh keempat yang menjadi faktor daya tarik yang mempengaruhi remaja untuk mengunjungi Gorontalo Mall. Komponen-komponen yang terdapat di dalam kelompok faktor ini memberikan sumbangan terhadap faktor berpengaruh atau faktor daya tarik Karsa Utama Mall sebesar 7,87%.

Berdasarkan diagram pada Gambar 4.25, komponen-komponen yang berada di dalam kelompok faktor keempat ini memiliki persentase antara 60%-70% untuk persepsi cukup berpengaruh, dan 30%-40% untuk persepsi tidak berpengaruh. Artinya 60%-70% remaja menganggap faktor pendukung dan rekreasi cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktivitas di Karsa Utama Mall, dan

30%-40% lainnya menganggap faktor ini tidak berpengaruh. Komponen sirkulasi vertikal ini dirasa berpengaruh oleh remaja karena mempermudah sirkulasi remaja ketika berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Komponen restoran dirasa berpengaruh oleh remaja karena menjadi salah satu fasilitas rekreasi yang ada di Karsa Utama Mall.

4.8. Analisis Kinerja Indikator Komponen Pendukung Kegiatan Rekreasi Dalam Pusat Perbelanjaan

Pemilihan pusat perbelanjaan sebagai tempat melakukan aktivitas rekreasi secara umum dipengaruhi oleh rasa puas atau tidak puas seseorang dalam pengalamannya beraktivitas di suatu pusat perbelanjaan. Pengalaman ini nantinya mempengaruhi seseorang untuk memutuskan ingin kembali atau tidak melakukan aktivitas di pusat perbelanjaan, baik aktivitas yang sama ataupun berbeda.

4.8.1. Persepsi Remaja Terkait Kepuasan dan Kepentingan Terhadap Indikator Komponen Pendukung Kegiatan Rekreasi Dalam Pusat Perbelanjaan

1. Gorontalo Mall

Berdasarkan hasil analisis, nilai kesesuaian antara nilai kepuasan dan kepentingan untuk komponen pendukung kegiatan rekreasi di Gorontalo Mall, terdapat 13 sub variabel yang memiliki nilai kesesuaian di atas rata-rata (89,01%), dengan sub variabel yang memiliki tingkat kesesuaian terendah adalah variabel Mushola dan sarana prasarana pendukungnya (56,39%) dan yang tertinggi adalah variabel tempat penitipan barang di pusat perbelanjaan (130,23%).

Tabel 4.45 Hasil Perhitungan IPA untuk Gorontalo Mall

ITEM IPA	ΣX	ΣY	Tki%	X	Y
X1.1	246	251	98,01	4,56	4,65
X1.2	241	242	99,59	4,46	4,48
X1.3	181	241	75,10	3,35	4,46
X1.4	198	206	96,12	3,67	3,81
X1.5	210	207	101,45	3,89	3,83
X2.1	230	229	100,44	4,26	4,24
X2.2	236	214	110,28	4,37	3,96
X2.3	214	220	97,27	3,96	4,07
X2.4	137	227	60,35	2,54	4,20
X2.5	198	178	111,24	3,67	3,30
X2.6	198	217	91,24	3,67	4,02
X2.7	246	250	98,40	4,56	4,63
X2.8	155	227	68,28	2,87	4,20
X2.9	128	227	56,39	2,37	4,20
X2.10	154	194	79,38	2,85	3,59
X2.11	141	227	62,11	2,61	4,20
X2.12	153	193	79,27	2,83	3,57

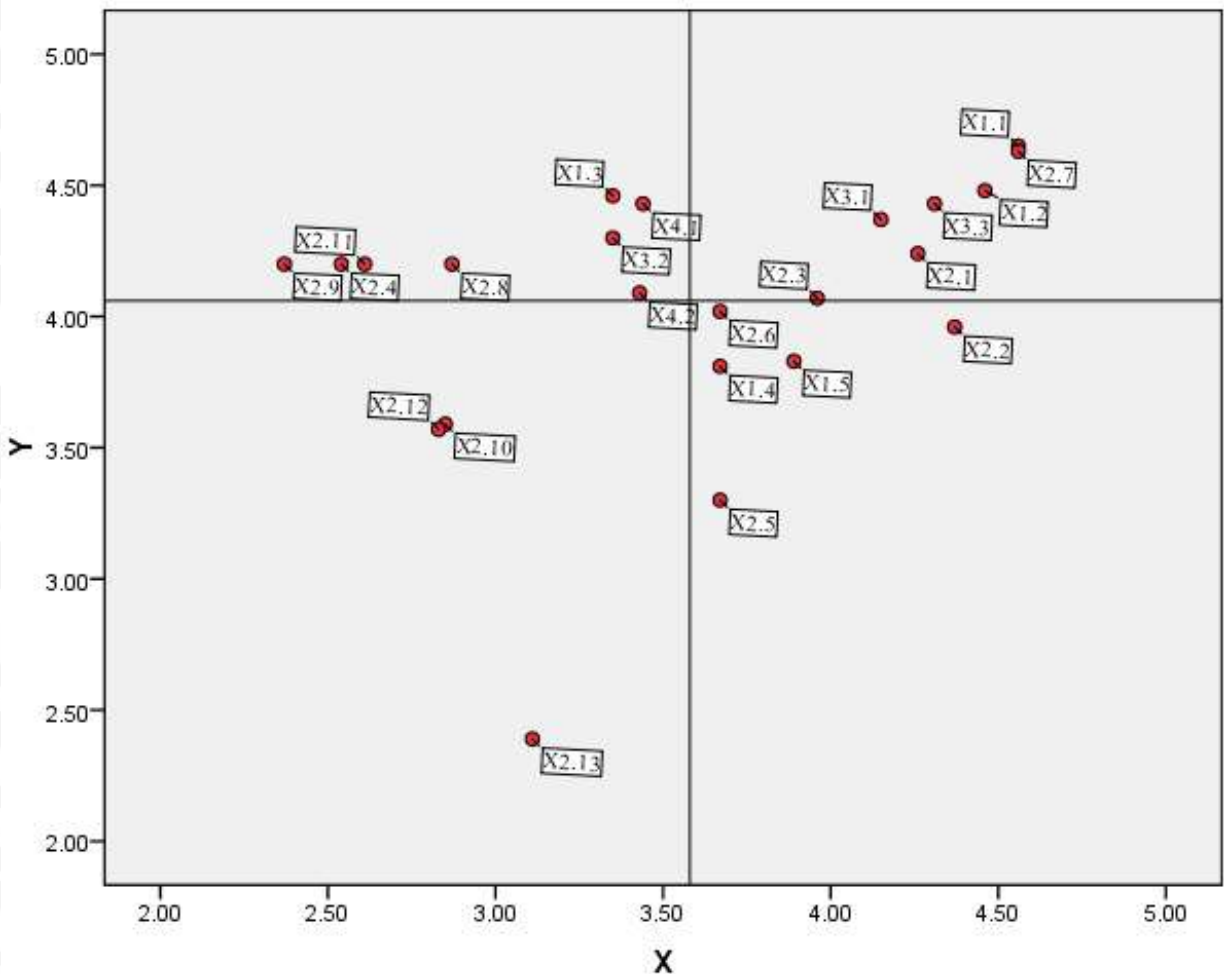
ITEM IPA	ΣX	ΣY	Tki%	X	Y
X2.13	168	129	130,23	3,11	2,39
X3.1	224	236	94,92	4,15	4,37
X3.2	181	232	78,02	3,35	4,30
X3.3	233	239	97,49	4,31	4,43
X4.1	186	239	77,82	3,44	4,43
X4.2	185	221	83,71	3,43	4,09
Jumlah	4.443	5.049	2.047,12	82,28	93,44
Rata-Rata			89,01	3,58	4,06

Keterangan :

- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian terbesar
- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian diatas rata-rata
- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian terkecil

Nilai batas objektif kepuasan remaja terhadap komponen pendukung kegiatan rekreasi di Gorontalo Mall yaitu 3,58, sedangkan batas objektif tingkat kepentingan sebesar 4,06. Batas ini menjadi nilai tengah atau rata-rata, untuk mengukur tingkat kepuasan dan kepentingan variabel-variabel yang diuji. Variabel yang memiliki nilai diatas rata-rata maka dapat dikatakan sebagai variabel yang memiliki nilai kepuasan dan kepentingan yang tinggi, sedangkan variabel yang memiliki nilai dibawah rata-rata dapat dikatakan memiliki tingkat kepuasan dan kepentingan yang rendah. Batas objektif tersebut juga digunakan sebagai acuan pembagian kuadran/diagram kartesius.





Gambar 4.26 Kuadran IPA untuk Gorontalo Mall



Tabel 4.46 Kuadran Analisis IPA untuk Gorontalo Mall

Kelompok Faktor	Sub Variabel	Komponen	Kuadran IPA	Analisis
Faktor interior dan rekreasi	X _{1,1}	Tingkat kebersihan	I	<ul style="list-style-type: none"> Sub variabel pada faktor interior dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 78,02%-100,44%. Lima komponen berada di kuadran I dengan nilai kesesuaian di atas rata-rata. Komponen pada kuadran I ini dianggap penting oleh remaja, dan memiliki kinerja yang baik, sehingga Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan.
	X _{1,2}	Sirkulasi vertikal		
	X _{2,1}	Keragaman jenis produk / jasa		
	X _{2,7}	Kinerja Penyejuk Udara		
	X _{3,3}	Restoran	IV	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu komponen area <i>foodcourt</i>. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen tersebut
	X _{3,2}	Area <i>foodcourt</i>		
Faktor eksterior dan rekreasi	X _{3,1}	Arena bermain atau <i>game center</i>	I	<ul style="list-style-type: none"> Sub variabel pada faktor eksterior dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 94,92%-110,28%. Terdapat satu komponen berada di kuadran I dengan nilai kesesuaian di atas rata-rata sehingga komponen ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan.
	X _{1,4}	Lahan parkir		
	X _{1,5}	Pencahayaannya	II	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat tiga komponen yang berada di kuadran II. Komponen-komponen ini dianggap tidak terlalu penting, dan remaja merasa puas dengan kinerjanya bahkan cenderung berlebihan, sehingga bukan menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas.
	X _{2,2}	Kualitas produk/jasa		
Faktor pelayanan pendukung	X _{2,3}	Kisaran harga produk / jasa	I	<ul style="list-style-type: none"> Sub variabel pada faktor pelayanan pendukung ini memiliki tingkat kesesuaian antara 56,39%-97,27%. Terdapat satu komponen berada di kuadran I dengan nilai kesesuaian di atas rata-rata sehingga Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan.
	X _{2,6}	Penunjuk arah (<i>signage</i>)	II	
	X _{2,4}	Tempat duduk	IV	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat satu komponen yang berada di kuadran II. Komponen ini dianggap tidak terlalu penting, dan remaja merasa puas dengan kinerjanya bahkan cenderung berlebihan, sehingga bukan menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas.
	X _{2,9}	Mushola		
	X _{2,11}	Kinerja pos pelayanan atau pusat		

Kelompok Faktor	Sub Variabel	Komponen	Kuadran IPA	Analisis
		informasi		<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tiga komponen yang berada di kuadran IV, yaitu komponen tempat duduk, mushola, kinerja pos pelayanan atau pusat informasi. Komponen ini dianggap sebagai faktor-faktor sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen tersebut
Faktor sistem sanitasi	X _{2,8}	Kamar kecil / Toilet	IV	<ul style="list-style-type: none"> • Sub variabel pada kelompok faktor sistem sanitasi ini memiliki tingkat kesesuaian yaitu 68,28%. Pada kelompok faktor daya tarik ini hanya terdapat satu komponen yaitu komponen kamar kecil / toilet. Komponen ini dianggap sebagai faktor-faktor sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen tersebut

2. Gorontalo Business Centre

Berdasarkan hasil analisis, nilai kesesuaian antara nilai kepuasan dan kepentingan untuk komponen pendukung kegiatan rekreasi di Gorontalo Business Centre, terdapat 7 sub variabel yang memiliki nilai kesesuaian di atas rata-rata (103,62%), dengan sub variabel yang memiliki tingkat kesesuaian terendah adalah variabel area *foodcourt* (58,97%) dan yang tertinggi adalah variabel penunjuk arah atau direktori pusat belanja (178,57%).

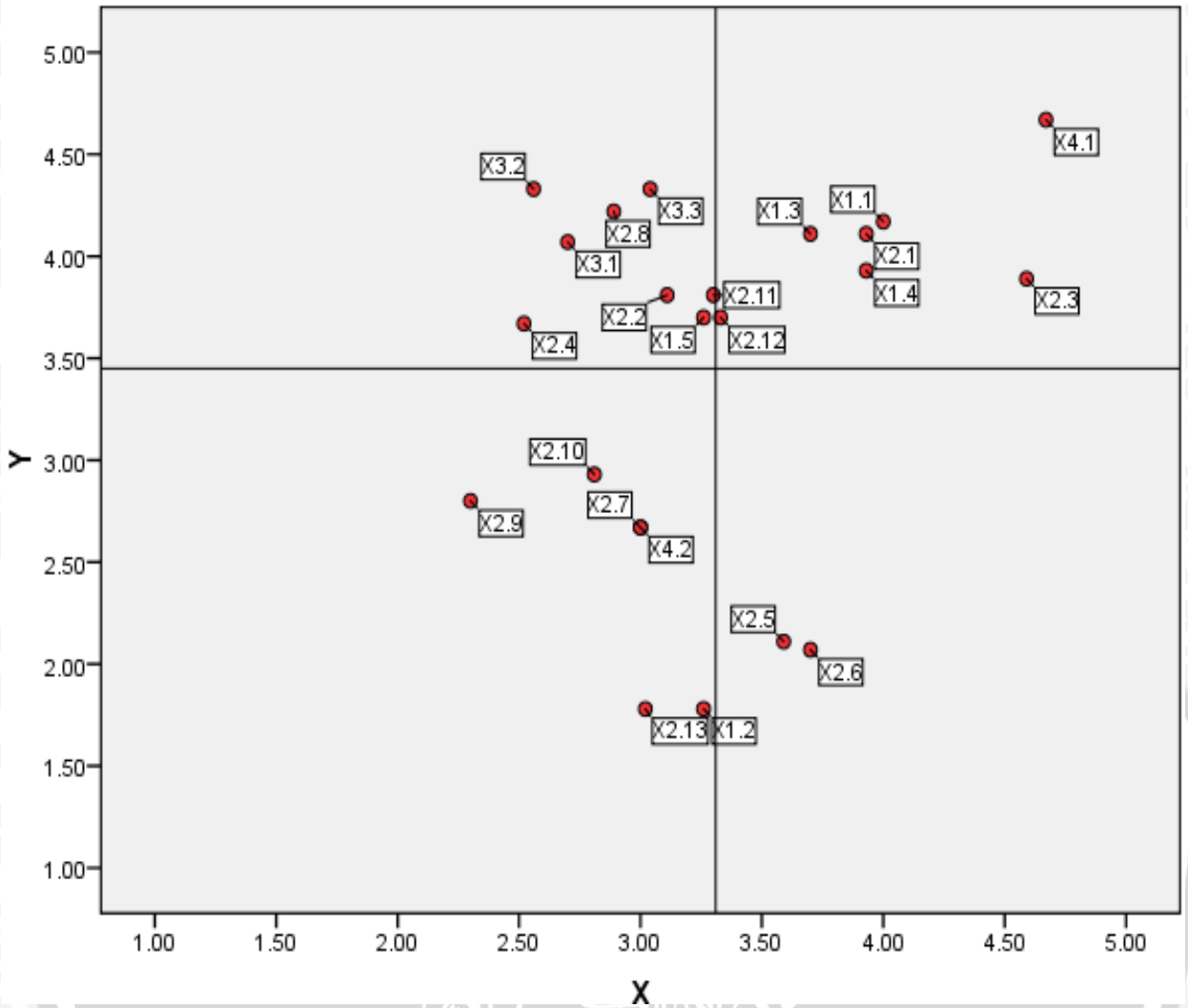
Tabel 4.47 Hasil Perhitungan Analisis IPA untuk Gorontalo Business Centre

ITEM IPA	ΣX	ΣY	Tki%	X	Y
X1.1	216	225	96,00	4,00	4,17
X1.2	176	112	157,14	3,26	1,78
X1.3	200	222	90,09	3,70	4,11
X1.4	212	212	100,00	3,93	3,93
X1.5	176	200	88,00	3,26	3,70
X2.1	212	222	95,50	3,93	4,11
X2.2	168	180	81,55	3,11	3,81
X2.3	248	210	118,10	4,59	3,89
X2.4	136	198	68,69	2,52	3,67
X2.5	194	114	170,18	3,59	2,11
X2.6	200	112	178,57	3,70	2,07
X2.7	162	144	112,50	3,00	2,67
X2.8	156	228	68,42	2,89	4,22
X2.9	124	151	82,12	2,30	2,80
X2.10	152	158	96,20	2,81	2,93
X2.11	178	206	86,41	3,30	3,81
X2.12	180	200	90,00	3,33	3,70
X2.13	163	96	169,79	3,02	1,78
X3.1	146	220	66,36	2,70	4,07
X3.2	138	234	58,97	2,56	4,33
X3.3	164	234	70,09	3,04	4,33
X4.1	252	252	100,00	4,67	4,67
X4.2	162	144	112,50	3,00	2,67
Jumlah	4.115	4.284	2.383,37	76,20	78,85
Rata-Rata			103,62%	3,31	3,45

Keterangan :

- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian terbesar
- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian diatas rata-rata
- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian terkecil

Nilai batas objektif kepuasan remaja terhadap komponen pendukung kegiatan rekreasi di Gorontalo Business Centre adalah 3,31 sedangkan batas objektif tingkat kepentingan sebesar 3,45. Batas ini menjadi nilai tengah atau rata-rata, untuk mengukur tingkat kepuasan dan kepentingan variabel-variabel yang diuji. Variabel yang memiliki nilai diatas rata-rata maka dapat dikatakan sebagai variabel yang memiliki nilai kepuasan dan kepentingan yang tinggi, sedangkan variabel yang memiliki nilai dibawah rata-rata dapat dikatakan memiliki tingkat kepuasan dan kepentingan yang rendah.



Gambar 4.27 Kuadran IPA untuk Gorontalo Business Centre



Tabel 4.48 Kuadran Analisis IPA untuk Gorontalo Business Centre

Kelompok Faktor	Sub Variabel	Komponen	Kuadran IPA	Analisis
Faktor eksterior dan rekreasi	X _{1,3}	Sirkulasi horizontal	I	<ul style="list-style-type: none"> Sub variabel pada faktor eksterior dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 78,02%-100,44%. Empat komponen berada di kuadran I dengan nilai kesesuaian di atas rata-rata. Komponen pada kuadran I ini dianggap penting oleh remaja, dan memiliki kinerja yang baik, sehingga Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan.
	X _{1,4}	Kapasitas lahan parkir		
	X _{2,1}	Keragaman jenis produk / jasa		
	X _{4,1}	Sarana hiburan lainnya (Bioskop, Karaoke)		
	X _{3,3}	Restoran	IV	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu komponen restoran. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.
Faktor interior dan rekreasi	X _{2,7}	Kinerja Penyejuk Udara	III	<ul style="list-style-type: none"> Sub variabel pada faktor interior dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 58,97%-112,50%. Terdapat satu komponen berada di kuadran III, yaitu komponen kinerja penyejuk udara. Komponen ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pengunjung remaja, sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada komponen ini.
	X _{1,5}	Pencapaian		
	X _{2,4}	Tempat duduk	IV	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat empat komponen yang berada di kuadran IV, yaitu komponen pencapaian, tempat duduk, pos pelayanan/pusat informasi, dan area <i>foodcourt</i>. Komponen ini dianggap sebagai faktor-faktor sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen tersebut
	X _{2,11}	Pos pelayanan/pusat informasi		
	X _{3,2}	Area <i>foodcourt</i>		
Faktor interior pusat	X _{1,1}	Tingkat Kebersihan	I	<ul style="list-style-type: none"> Sub variabel pada faktor interior pusat perbelanjaan ini memiliki tingkat kesesuaian antara 81,55%-100,44%. Terdapat satu komponen berada di kuadran I, yaitu komponen tingkat Kebersihan. Komponen ini dianggap penting oleh remaja, dan memiliki kinerja yang baik,

Kelompok Faktor	Sub Variabel	Komponen	Kuadran IPA	Analisis
perbelanjaan	X _{2,5}	Kasir	II	<p>sehingga dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran II. Komponen ini dianggap tidak terlalu penting, dan remaja merasa puas dengan kinerjanya bahkan cenderung berlebihan, sehingga bukan menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas.
	X _{2,8}	Kamar kecil / Toilet	IV	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu komponen kamar kecil / toilet. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.
Faktor pelayanan pendukung	X _{2,6}	Penunjuk arah (<i>signage</i>)	II	<ul style="list-style-type: none"> • Sub variabel pada faktor pelayanan pendukung ini memiliki tingkat kesesuaian antara 68,42%-178,57%. Terdapat satu komponen berada di kuadran II, yaitu komponen penunjuk arah (<i>signage</i>). Komponen ini memiliki nilai kesesuaian di atas rata-rata, dan dianggap tidak terlalu penting, dan remaja merasa puas dengan kinerjanya bahkan cenderung berlebihan, sehingga bukan menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas.
	X _{2,2}	Kualitas produk atau jasa	IV	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu kualitas produk atau jasa. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.

3. Karsa Utama Mall

Berdasarkan hasil analisis, nilai kesesuaian antara nilai kepuasan dan kepentingan untuk komponen pendukung kegiatan rekreasi di Karsa Utama Mall, terdapat 11 sub variabel yang memiliki nilai kesesuaian di atas rata-rata (73,66%), dengan sub variabel yang memiliki tingkat kesesuaian terendah adalah sub variabel kapasitas lahan parkir (36,93%) dan yang tertinggi adalah sub variabel tempat duduk (105%).

Tabel 4.49 Hasil Perhitungan Analisis IPA untuk Karsa Utama Mall

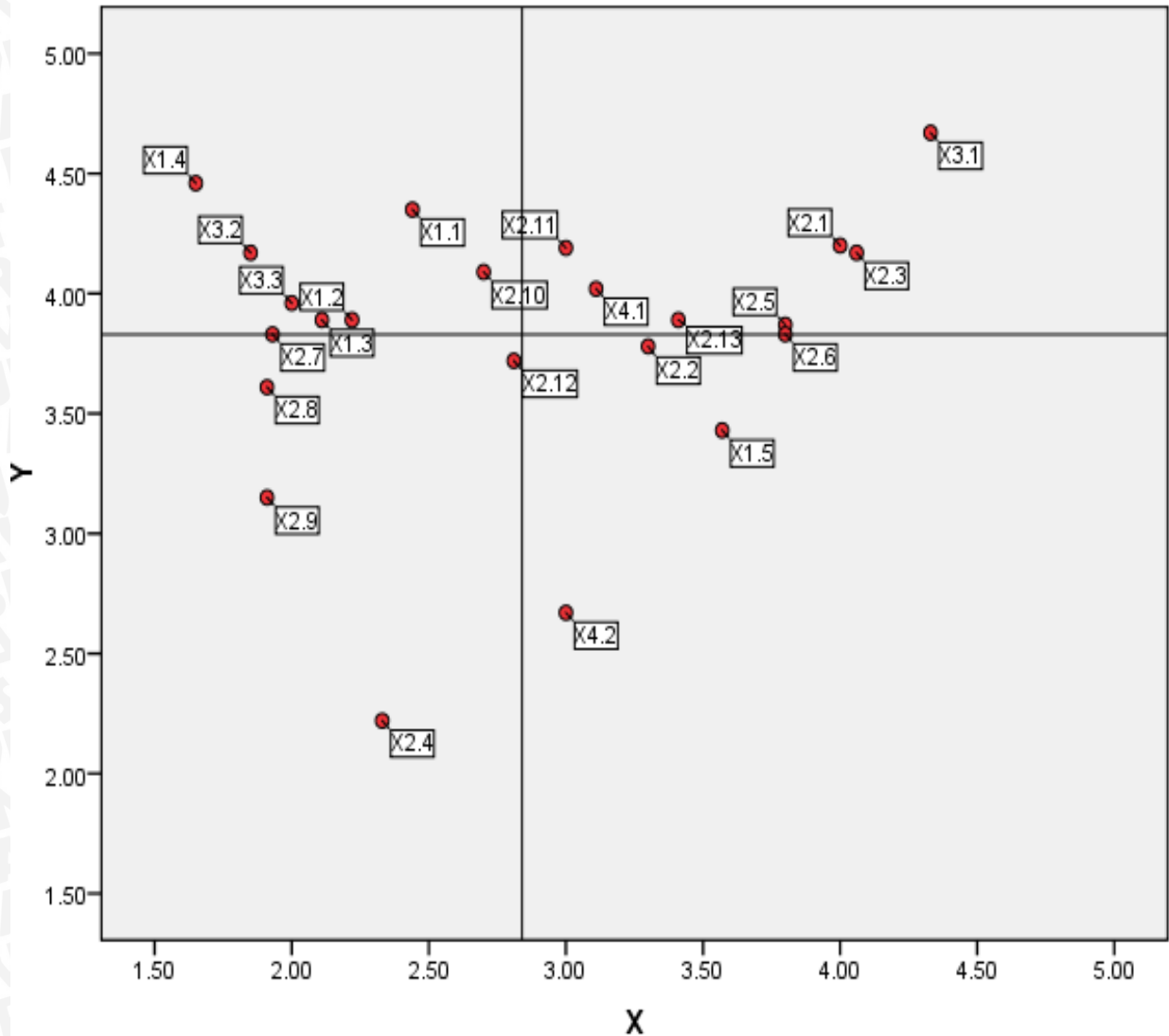
ITEM IPA	ΣX	ΣY	Tki%	X	Y
X _{1,1}	132	235	56,17	2,44	4,35
X _{1,2}	120	210	57,14	2,22	3,89
X _{1,3}	114	210	54,29	2,11	3,89
X _{1,4}	89	241	36,93	1,65	4,46
X _{1,5}	193	185	104,32	3,57	3,43
X _{2,1}	216	227	95,15	4,00	4,20
X _{2,2}	178	204	87,25	3,30	3,78
X _{2,3}	219	225	97,33	4,06	4,17
X _{2,4}	126	120	105,00	2,33	2,22
X _{2,5}	205	209	98,09	3,80	3,87
X _{2,6}	205	207	99,03	3,80	3,83
X _{2,7}	104	207	50,24	1,93	3,83
X _{2,8}	103	195	52,82	1,91	3,61
X _{2,9}	103	170	60,59	1,91	3,15
X _{2,10}	146	221	66,06	2,70	4,09
X _{2,11}	162	226	71,68	3,00	4,19
X _{2,12}	152	201	75,62	2,81	3,72
X _{2,13}	184	210	87,62	3,41	3,89
X _{3,1}	234	252	92,86	4,33	4,67
X _{3,2}	100	225	44,44	1,85	4,17
X _{3,3}	108	214	50,47	2,00	3,96
X _{4,1}	168	217	77,42	2,50	4,02
X _{4,2}	162	144	112,50	3,00	2,67
Jumlah	3.523	4.755	1733,04	65,24	88,06
Rata-Rata			73,66%	2,84	3,83

Keterangan :

- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian terbesar
- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian diatas rata-rata
- Variabel yang memiliki nilai kesesuaian terkecil

Nilai batas objektif kepuasan remaja terhadap komponen pendukung kegiatan rekreasi di Karsa Utama Mall adalah 2,84 sedangkan batas objektif tingkat kepentingan sebesar 3,83. Batas ini menjadi nilai tengah atau rata-rata, untuk mengukur tingkat kepuasan dan kepentingan variabel-variabel yang diuji. Variabel yang memiliki nilai diatas rata-rata maka dapat dikatakan sebagai variabel yang memiliki nilai kepuasan dan kepentingan yang tinggi, sedangkan variabel yang

memiliki nilai dibawah rata-rata dapat dikatakan memiliki tingkat kepuasan dan kepentingan yang rendah.



Gambar 4.28 Kuadran IPA untuk Karsa Utama Mall

Tabel 4.50 Kuadran Analisis IPA untuk Karsa Utama Mall

Kelompok Faktor	Sub Variabel	Komponen	Kuadran IPA	Analisis
Faktor Pelayanan dan rekreasi	X _{2,1}	Keragaman jenis produk / jasa	I	<ul style="list-style-type: none"> • Sub variabel pada kelompok faktor Pelayanan dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 66,06%-104,32%. Terdapat lima komponen berada di kuadran I, yaitu keragaman jenis produk / jasa, kisaran harga produk / jasa, jumlah kasir / proses pembayaran, tempat penitipan barang, dan arena bermain atau game center. Komponen ini dianggap penting oleh remaja, dan memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan. • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran II, yaitu tingkat pencahayaan. Komponen ini dianggap tidak terlalu penting, dan remaja merasa puas dengan kinerjanya bahkan cenderung berlebihan, sehingga bukan menjadi prioritas dalam peningkatan kualitas. • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu komponen ruang / mesin atm. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.
	X _{2,3}	Kisaran harga produk / jasa		
	X _{2,5}	Jumlah Kasir / Proses pembayaran		
	X _{2,13}	Tempat penitipan barang		
	X _{3,1}	Arena bermain atau game center	II	
	X _{1,5}	Tingkat pencahayaan	IV	
	X _{2,10}	Ruang / mesin ATM		
Faktor pelayanan pendukung	X _{2,11}	Pos pelayanan / pusat informasi	I	<ul style="list-style-type: none"> • Sub variabel pada kelompok faktor pelayanan pendukung ini memiliki tingkat kesesuaian antara 54,29%-104,32%. Terdapat satu komponen berada di kuadran I. Komponen ini dianggap penting oleh remaja, dan memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan. • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran III, yaitu kinerja ruang /pos keamanan. Komponen ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pengunjung remaja, sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada komponen ini. • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu sirkulasi horizontal. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh
	X _{2,12}	Kinerja ruang /pos keamanan	III	
	X _{1,3}	Sirkulasi horizontal	IV	

Kelompok Faktor	Sub Variabel	Komponen	Kuadran IPA	Analisis
				pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.
Faktor interior dan rekreasi	X _{4,1}	Sarana hiburan lainnya	I	<ul style="list-style-type: none"> • Sub variabel pada kelompok faktor interior dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 56,17%-77,42%. Terdapat satu komponen yang berada di kuadran I, yaitu sarana hiburan lainnya. Komponen ini dianggap penting oleh remaja, dan memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan remaja terkait penyediaan sarana rekreasi pada pusat perbelanjaan. • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran III, yaitu kinerja ruang /pos keamanan. Komponen ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pengunjung remaja, sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada komponen ini. • Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV, yaitu sirkulasi horizontal. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.
	X _{2,7}	Kinerja Penyejuk Udara	III	
	X _{2,8}	Kamar kecil / Toilet		
	X _{1,1}	Tingkat kebersihan	IV	
Faktor pendukung dan rekreasi	X _{1,2}	Sirkulasi vertical	IV	<ul style="list-style-type: none"> • Sub variabel pada kelompok faktor pendukung dan rekreasi ini memiliki tingkat kesesuaian antara 50,47%-57,14%. Terdapat satu komponen yang berada di kuadran IV. Komponen ini dianggap sebagai komponen pendukung kegiatan rekreasi yang sangat penting oleh pengunjung pusat perbelanjaan, namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak pengelola pusat perbelanjaan perlu meningkatkan kinerja komponen ini.
	X _{3,3}	Restoran		

4.8.2. Rekomendasi Terkait Kinerja Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi dan Kecenderungan Pemanfaatannya

Rekomendasi diberikan dengan melihat kinerja dari faktor-faktor yang berpengaruh serta melihat kecenderungan pemanfaatannya di masing-masing pusat perbelanjaan. Faktor-faktor yang berpengaruh atau yang menjadi daya tarik bagi remaja ini nantinya perlu diperhatikan kinerjanya. Komponen-komponen yang kinerjanya masih tidak sesuai dapat ditingkatkan sehingga bisa menjadi faktor daya tarik bagi remaja untuk mengunjungi pusat perbelanjaan sebagai tempat untuk berekreasi.

A. Gorontalo Mall

Hasil pengukuran kinerja dari faktor daya tarik pusat perbelanjaan Gorontalo Mall dengan menggunakan analisis IPA menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan kinerja dari beberapa komponen yang menjadi faktor daya tarik, yaitu:

1) Peningkatan kinerja pada faktor interior dan pelayanan rekreasi

Peningkatan kinerja pada area *foodcourt* dilakukan sesuai dengan indikator penilaiannya yaitu penambahan jumlah gerai makanan serta peningkatan pelayanannya. Peningkatan kinerja ini dapat dilakukan oleh pihak pengelola Gorontalo Mall dan pemilik gerai makanan di area *foodcourt* tersebut.

Alasan utama perlunya peningkatan kinerja pada area *foodcourt* karena berdasarkan pengukuran kinerja, pengunjung remaja Gorontalo Mall merasa area *foodcourt* yang dapat menawarkan berbagai jenis makanan sangatlah penting tetapi remaja belum merasa puas dengan kinerjanya saat ini. Selain itu 15% remaja menganggap bahwa area *foocourt* yang termasuk di dalam faktor interior dan pelayanan rekreasi ini sangat mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di Gorontalo Mall.

Berdasarkan karakteristik pemanfaatannya, remaja mengunjungi Gorontalo Mall dengan alasan cocok sebagai tempat berkumpul dan dengan aktivitas dominannya yaitu makan dan berkumpul, sehingga peningkatan kinerja area *foodcourt* ini diharapkan dapat mewadahi aktifitas yang dilakukan remaja di Gorontalo Mall.

2) Peningkatan kinerja pada faktor pendukung pelayanan dan faktot sistem sanitasi.

Peningkatan kinerja pada faktor ini yang harus dilakukan oleh pengelola pusat perbelanjaan yaitu

- a) Penambahan jumlah tempat duduk, dan ditempatkan pada tempat yang tidak menghalangi jalur sirkulasi
- b) Penambahan sarana prasarana mushola, dan pembersihan secara berkala
- c) Penambahan jumlah serta pengoptimalan fungsi pos pelayanan atau pusat informasi
- d) Penambahan jumlah kamar kecil / toilet dan pembersihan secara berkala.

Alasan utama perlunya peningkatan kinerja pada komponen-komponen ini karena berdasarkan pengukuran kinerja, komponen-komponen ini memiliki nilai kepentingan yang tinggi tetapi memiliki nilai kepuasan yang rendah. Selain itu 35%-62% remaja menganggap bahwa komponen-komponen pada faktor pendukung pelayanan dan sistem sanitasi ini cukup mempengaruhi remaja untuk berkunjung dan beraktifitas di Gorontalo Mall. Peningkatan ini diharapkan dapat mendukung aktifitas pengunjung Gorontalo Mall oleh remaja, dan dapat disesuaikan dengan karakteristik remaja yang berkunjung.

B. Gorontalo Business Centre

Hasil pengukuran kinerja dari faktor daya tarik pusat perbelanjaan *Gorontalo Business Centre* dengan menggunakan analisis IPA menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan kinerja dari beberapa komponen yang menjadi faktor daya tarik. Peningkatan dilakukan pada semua faktor, yaitu faktor eksterior dan pelayanan rekreasi, faktor interior dan pelayanan rekreasi, faktor interior, serta faktor pendukung rekreasi. Peningkatan kinerja dilakukan pada komponen-komponen di masing-masing faktor yang dirasakan penting oleh remaja pengunjung *Gorontalo Business Centre* tetapi memiliki nilai nilai kepuasan yang rendah.

- 1) Peningkatan Kinerja pada faktor eksterior dan rekreasi,

Difokuskan pada peningkatan kinerja area restoran, yaitu penambahan jumlah restoran maupun perbaikan sistem pelayanan, oleh pihak pengelola pusat perbelanjaan maupun pemilik dari restoran yang ada di pusat perbelanjaan *Gorontalo Business Center*.

Selain memiliki nilai kepuasan yang rendah, komponen area restoran ini dirasakan sangat berpengaruh oleh remaja *pengunjung Gorontalo Business Centre*. Berdasarkan karakteristik pemanfaatannya, remaja mengunjungi *Gorontalo Business Centre* dengan alasan cocok sebagai tempat berkumpul dan dengan aktivitas dominannya yaitu berkumpul dengan teman/keluarga, sehingga

peningkatan kinerja area restoran ini diharapkan dapat memwadahi aktifitas yang dilakukan remaja di *Gorontalo Business Centre*.

2) Peningkatan kinerja pada faktor interior dan rekreasi

Peningkatan kinerja pada faktor ini yang harus dilakukan yaitu:

- a) Perbaikan pada komponen pencahayaan, baik di dalam maupun di luar pusat perbelanjaan, pada saat pagi hari maupun di malam hari
- b) Penambahan jumlah tempat duduk, dan ditempatkan pada tempat yang tidak menghalangi jalur sirkulasi
- c) Penambahan jumlah serta pengoptimalan fungsi pos pelayanan atau pusat informasi
- d) Penambahan jumlah gerai makanan serta peningkatan pelayanan area *foodcourt*.

3) Peningkatan kinerja pada faktor interior pusat perbelanjaan

Peningkatan kinerja yang harus dilakukan pengelola pusat perbelanjaan *Gorontalo Business Center* yaitu pada komponen kamar kecil/toilet. Peningkatan kinerja yang dapat dilakukan yaitu penambahan jumlah kamar kecil / toilet dan pembersihan kamar kecil/toilet secara berkala oleh petugas kebersihan pusat perbelanjaan.

4) Peningkatan pada faktor pelayanan pendukung

Peningkatan kinerja yang harus dilakukan pihak pengelola pusat perbelanjaan maupun pemilik dari gerai toko di pusat perbelanjaan yaitu peningkatan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

Selain peningkatan kinerja, beberapa komponen perlu dipertahankan kinerjanya, karena memiliki nilai kepentingan dan kepuasan yang tinggi, artinya remaja pengunjung *Gorontalo Business Centre* merasa komponen-komponen ini penting dan sudah merasa puas dengan kinerjanya saat ini. Pada faktor eksterior dan rekreasi, komponen yang perlu dipertahankan kinerjanya yaitu sirkulasi horizontal, kapasitas lahan parkir, keragaman jenis produk/jasa, serta sarana hiburan lainnya. Untuk faktor interior dan rekreasi, komponen yang perlu dipertahankan kinerjanya yaitu tingkat kebersihan pusat perbelanjaan *Gorontalo Business Centre*. Dengan adanya peningkatan maupun pertahanan kinerja maka frekuensi berkunjung remaja pada umumnya ke *Gorontalo Business Centre* yaitu beberapa kali dalam sebulan dapat meningkat, dan dapat mendukung aktivitas rekreasi remaja.

C. Karsa Utama Mall

Rekomendasi peningkatan kualitas kinerja komponen pendukung rekreasi di Karsa Utama Mall dilakukan pada semua faktor yaitu faktor pelayanan dan rekreasi, faktor pelayanan pendukung, faktor interior dan rekreasi, serta faktor pendukung dan rekreasi. Peningkatan kinerja dilakukan pada komponen-komponen di masing-masing faktor yang dirasakan penting oleh remaja pengunjung Karsa Utama Mall tetapi memiliki nilai nilai kepuasan yang rendah.

1) Peningkatan kinerja pada faktor pelayanan dan rekreasi

Peningkatan kinerja yang harus dilakukan oleh pengelola pusat perbelanjaan yaitu penambahan jumlah ruang/mesin ATM. Peningkatan kinerja ini dilakukan agar dapat mendukung pemanfaatan Karsa Utama Mall oleh remaja.

Sesuai dengan hasil tabulasi silang, remaja pada umumnya mengunjungi Karsa Utama Mall karena dapat memenuhi kebutuhannya. Aktivitas yang dilakukan yaitu berbelanja dan bermain. Dengan melihat pemanfaatan pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall oleh remaja pada umumnya, maka peningkatan kinerja komponen ruang/mesin ATM diperlukan.

2) Peningkatan kinerja pada faktor pelayanan pendukung

Peningkatan kinerja yang harus dilakukan pengelola pusat perbelanjaan yaitu pada komponen sirkulasi horizontal, baik pada pintu masuk maupun koridor. Pengaturan konfigurasi pintu masuk yang menarik serta koridor yang lebar sehingga memudahkan pengunjung untuk melewatinya. Perbaikan ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan remaja ketika beraktifitas di Karsa Utama Mall.

3) Peningkatan kinerja pada faktor interior dan rekreasi

Peningkatan kinerja pada faktor ini difokuskan pada peningkatan kebersihan pusat perbelanjaan Karsa Utama Mall.

4) Peningkatan kinerja pada faktor pendukung dan rekreasi

Fokus peningkatan yang harus dilakukan pihak pengelola pusat perbelanjaan yaitu penambahan jumlah restoran maupun perbaikan sistem pelayanannya. Peningkatan kinerja pada komponen ini dilakukan selain nilai kepuasannya rendah, juga karena komponen ini dirasakan cukup berpengaruh oleh remaja, dan juga bisa menjadi salah satu pilihan sarana rekreasi bagi remaja pengunjung Karsa Utama Mall.