

**KUISIONER PENGUNJUNG PUSAT PERBELANJAAN**

Kota Surabaya saat ini telah dikenal dengan wisata belanjanya. Perkembangan wisata belanja di Surabaya ini berjalan dengan baik karena pertumbuhan yang sangat pesat di bidang perdagangan. Hal ini terlihat dari pesatnya pertumbuhan mall atau pusat-pusat perbelanjaan di Surabaya. Bahkan wisata belanja di Surabaya ini telah dikenal hingga ke luar daerah, luar pulau, bahkan luar negeri. Oleh sebab itu, pengembangan wisata belanja ini sangat diperlukan untuk memajukan pariwisata di Jawa Timur. Dalam pengembangan wisata belanja ini, pastinya membutuhkan pengembangan yang optimal pada pusat-pusat perbelanjaan sebagai pemegang peran utama dalam wisata belanja. Pengembangan pusat perbelanjaan tersebut, sangat membutuhkan pendapat masyarakat sebagai wisatawan sekaligus konsumen pusat perbelanjaan tersebut. Pendapat masyarakat tersebut nantinya akan digunakan untuk mengetahui seberapa penting dan seberapa puaskah masyarakat terhadap elemen-elemen di pusat perbelanjaan.

**LOKASI :** ..... **TANGGAL :** .....**KARAKTERISTIK RESPONDEN**

1. Nama : .....
2. Usia : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Pekerjaan :
  - a. Pegawai Negeri
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. TNI/Polri
  - e. Tani
  - f. Buruh
  - g. Pelajar
  - h. Mahasiswa
  - i. Ibu Rumahtangga
  - j. Lain-lain, sebutkan : .....
5. Pendapatan per bulan :
  - a. Belum berpenghasilan
  - b. <Rp. 1.000.000,-
  - c. Antara Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,-
  - d. Antara Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-
  - e. Antara Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 4.000.000,-
  - f. Antara Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-
  - g. Antara Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 10.000.000,-
  - h. > 10.000.000,-





6. Tempat Tinggal / Asal :
- Surabaya
  - Luar Surabaya (sebutkan) : .....
7. Alasan mengunjungi pusat perbelanjaan :
- Berbelanja
  - Sekedar berkumpul bersama teman
  - Kuliner
  - Lainnya : .....

**PENILAIAN TERHADAP PUSAT PERBELANJAAN (beri tanda cek (√))****SKALA PENILAIAN :**

- 1 = Sangat Tidak Penting / Sangat Tidak Puas  
2 = Tidak Penting / Tidak Puas  
3 = Cukup Penting / Cukup Puas  
4 = Penting / Puas  
5 = Sangat Penting / Sangat Puas

KOMPONEN PENILAIAN	KEPENTINGAN					KEPUASAN				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>LINGKUNGAN</b>										
• Keramahan staff										
• Efisiensi waktu pelayanan oleh staff toko/outlet										
• Kebersihan										
• Keteraturan/Kerapian										
• Berorientasi pada kebutuhan/kepentingan keluarga										
• Keamanan										
• Tempat parkir yang nyaman										
• Pintu masuk dan keluar yang jelas										
• Tampilan pusat perbelanjaan										
• Mengikuti perkembangan jaman										
<b>KERAGAMAN DAN TAMPILAN</b>										
• Pilihan barang yang beragam										
• Pilihan barang yang unik/berbeda										
• Pilihan toko yang beragam										
• Suasana menyenangkan										
• Modern										
• Tampilan toko yang menarik										
<b>SUASANA/KEADAAN</b>										
• Natural dan indah										
• Desain arsitektur yang unik										
• Pengadaan even-even tertentu										
• Cerminan budaya lokal										
• Tampilan yang kreatif										
• Ketersediaan informasi (penunjuk arah di dalam pusat perbelanjaan, posisi/letak toko/outlet)										
• Popularitas										





## Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota

JL. Mayjend. Haryono 167 Malang 65145, Indonesia  
 Telp +62-341-573944 5887711 ; Fax. : 62-341-551430;573944  
 http://jurpwkub.brawijaya.ac.id E-mail : jurpwkub@brawijaya.ac.id

### KUISIONER PENGUNJUNG PUSAT PERBELANJAAN

• Menghibur																				
• Suasana pusat perbelanjaan yang santai																				
<b>EKONOMI</b>																				
• Kesesuaian harga dengan daya beli																				
• Kesesuaian harga dengan jenis barang																				
• Harga Prestise																				
<b>LOKASI</b>																				
• Kedekatan dengan hotel																				
• Kedekatan dengan bandara																				
• Kedekatan dengan rumah/tempat tinggal																				
• Lokasi yg nyaman																				
<b>EKSklusivitas</b>																				
• Tingkat kemewahan																				
• Berkelas																				
<b>TINGKAT KESENYANGAN PENGUNJUNG</b>																				
• Sifat rekreatif																				
• Keragaman tenant/ toko																				

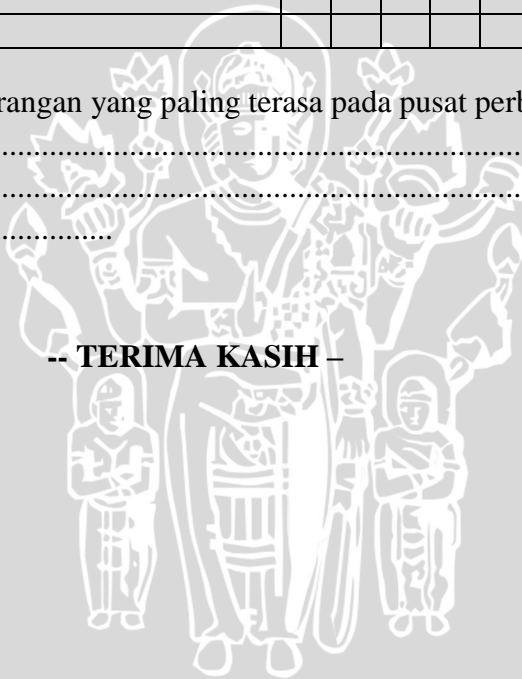
- Apa menurut anda kekurangan yang paling terasa pada pusat perbelanjaan tersebut?

.....

.....

.....

-- TERIMA KASIH --



**Tabel 1 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap *Performance* Pusat Perbelanjaan *Community Center* Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung**

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
<b>LINGKUNGAN</b>														
Keramahan staff	0	0	54	172	535	761	4.53	0	0	306	144	150	600	3.57
Efisiensi waktu pelayanan oleh staff toko/outlet	0	12	63	136	535	746	4.44	4	14	99	348	185	650	3.87
Kebersihan	0	0	42	124	615	781	4.65	0	10	162	340	120	632	3.76
Keteraturan/Kerapian	0	8	78	152	500	738	4.39	0	8	204	284	125	621	3.70
Berorientasi pada kebutuhan/kepentingan keluarga	0	12	153	212	290	667	3.97	0	8	234	192	190	624	3.71
Keamanan	0	0	15	140	640	795	4.73	3	82	165	184	115	549	3.27
Tempat parkir yang nyaman	0	0	24	112	660	796	4.74	17	228	30	60	60	395	2.35
Pintu masuk dan keluar yang jelas	0	8	114	344	200	666	3.96	0	0	69	420	200	689	4.10
Tampilan pusat perbelanjaan	0	10	114	312	235	671	3.99	0	0	69	372	260	701	4.17
Mengikuti perkembangan jaman	0	8	78	312	300	698	4.15	0	0	171	296	185	652	3.88
<b>KERAGAMAN DAN TAMPILAN</b>														
Pilihan barang yang beragam	0	0	84	244	395	723	4.30	0	10	45	216	470	741	4.41
Pilihan barang yang unik/berbeda	0	0	75	316	320	711	4.23	0	0	42	228	485	755	4.49
Pilihan toko yang beragam	0	0	69	208	465	742	4.42	0	4	51	240	445	740	4.40
Suasana menyenangkan	0	0	48	224	480	752	4.48	0	0	72	196	475	743	4.42
Modern	0	0	147	232	305	684	4.07	0	0	102	272	330	704	4.19
Tampilan toko yang menarik	0	0	33	256	465	754	4.49	0	0	18	360	360	738	4.39
<b>SUASANA/KEADAAN</b>														
Natural dan indah	0	10	276	172	140	598	3.56	0	0	252	212	155	619	3.68
Desain arsitektur yang unik	0	0	120	348	205	673	4.01	0	0	72	312	330	714	4.25
Pengadaan even-even tertentu	0	0	72	312	330	714	4.25	0	0	96	344	250	690	4.11
Cerminan budaya lokal	0	16	123	264	265	668	3.98	0	8	117	276	280	681	4.05
Tampilan yang kreatif	0	8	54	236	435	733	4.36	0	10	69	284	345	708	4.21

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
Ketersediaan informasi (penunjuk arah di dalam pusat perbelanjaan, posisi/letak toko/outlet)	0	0	84	244	395	723	4.30	0	10	78	312	295	695	4.14
Populer	0	10	99	248	340	697	4.15	0	0	18	428	275	721	4.29
Menghibur	0	0	48	224	480	752	4.48	0	0	69	188	490	747	4.45
Suasana pusat perbelanjaan yang santai	0	0	36	240	480	756	4.50	0	0	33	408	275	716	4.26
<b>EKONOMI</b>														
Kesesuaian harga dengan daya beli	0	0	42	288	410	740	4.40	0	0	75	204	460	739	4.40
Kesesuaian harga dengan jenis barang	0	0	42	272	430	744	4.43	0	0	75	212	450	737	4.39
Harga prestise	0	0	27	304	415	746	4.44	0	8	36	352	320	716	4.26
<b>LOKASI</b>														
Kedekatan dengan hotel	0	0	27	296	425	748	4.45	0	24	129	300	190	643	3.83
Kedekatan dengan bandara	0	16	75	240	375	706	4.20	0	4	105	364	200	673	4.01
Kedekatan dengan rumah/tempat tinggal	0	0	57	220	470	747	4.45	0	88	279	76	60	503	2.99
Lokasi yg nyaman	0	0	21	248	495	764	4.55	0	0	15	272	475	762	4.54
<b>EKSKLUSIVITAS</b>														
Tingkat kemewahan	0	92	144	160	170	566	3.37	0	0	147	336	175	658	3.92
Berkelas	0	96	129	172	170	567	3.38	0	0	117	268	310	695	4.14
<b>TINGKAT KESENANGAN PENGUNJUNG</b>														
Sifat rekreatif	0	0	48	232	470	750	4.46	0	0	72	180	495	747	4.45
Keragaman tenant/toko	0	0	72	196	475	743	4.42	0	0	42	248	460	750	4.46

Sumber : Hasil Analisis, 2012

**Tabel 2 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap *Performance* Pusat Perbelanjaan *Regional Mall* Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung**

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
<b>LINGKUNGAN</b>														
Keramahan staff	0	0	9	56	335	400	4.76	0	0	6	56	340	402	4.79
Efisiensi waktu pelayanan oleh staff toko/outlet	0	2	6	64	325	397	4.73	0	0	3	156	220	379	4.51
Keberersihan	0	0	6	44	355	405	4.82	0	0	36	60	285	381	4.54
Keteraturan/Kerapian	0	0	6	48	350	404	4.81	0	0	9	48	345	402	4.79
Berorientasi pada kebutuhan/kepentingan keluarga	0	0	75	108	160	343	4.08	0	0	150	124	15	289	3.44
Keamanan	0	0	6	48	350	404	4.81	0	0	3	140	240	383	4.56
Tempat parkir yang nyaman	0	0	3	44	360	407	4.85	0	24	42	104	160	330	3.93
Pintu masuk dan keluar yang jelas	0	0	69	112	165	346	4.12	0	0	6	164	205	375	4.46
Tampilan pusat perbelanjaan	0	0	3	104	285	392	4.67	0	0	9	136	235	380	4.52
Mengikuti perkembangan jaman	0	0	3	100	290	393	4.68	0	0	9	116	260	385	4.58
<b>KERAGAMAN DAN TAMPILAN</b>														
Pilihan barang yang beragam	0	0	15	48	335	398	4.74	0	0	6	56	340	402	4.79
Pilihan barang yang unik/berbeda	0	0	15	48	335	398	4.74	0	0	6	48	350	404	4.81
Pilihan toko yang beragam	0	0	9	80	305	394	4.69	0	0	9	48	345	402	4.79
Suasana menyenangkan	0	0	45	112	205	362	4.31	0	0	48	116	195	359	4.27
Modern	0	0	3	100	290	393	4.68	0	0	33	100	240	373	4.44
Tampilan toko yang menarik	0	0	6	108	275	389	4.63	0	0	9	140	230	379	4.51
<b>SUASANA/KEADAAN</b>														
Natural dan indah	0	4	15	164	180	363	4.32	0	0	15	184	165	364	4.33
Desain arsitektur yang unik	0	0	9	88	295	392	4.67	0	0	6	148	225	379	4.51
Pengadaan even-even tertentu	0	0	51	124	180	355	4.23	0	0	45	144	165	354	4.21
Cerminan budaya lokal	0	24	42	136	120	322	3.83	0	0	126	108	75	309	3.68
Tampilan yang kreatif	0	0	6	108	275	389	4.63	0	0	9	120	255	384	4.57

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
Ketersediaan informasi (penunjuk arah di dalam pusat perbelanjaan, posisi/letak toko/outlet)	0	0	6	84	305	395	4.70	0	0	6	92	295	393	4.68
Populer	0	0	15	100	270	385	4.58	0	0	6	68	325	399	4.75
Menghibur	0	0	30	140	195	365	4.35	0	0	27	144	195	366	4.36
Suasana pusat perbelanjaan yang santai	0	0	45	112	205	362	4.31	0	0	36	124	205	365	4.35
<b>EKONOMI</b>														
Kesesuaian harga dengan daya beli	0	0	15	136	225	376	4.48	0	0	9	204	150	363	4.32
Kesesuaian harga dengan jenis barang	0	0	15	136	225	376	4.48	0	0	6	204	155	365	4.35
Harga prestise	0	0	135	136	25	296	3.52	0	0	66	124	155	345	4.11
<b>LOKASI</b>														
Kedekatan dengan hotel	0	0	6	148	225	379	4.51	0	0	3	128	255	386	4.60
Kedekatan dengan bandara	0	4	0	180	185	369	4.39	0	0	3	176	195	374	4.45
Kedekatan dengan rumah/tempat tinggal	0	0	15	112	255	382	4.55	0	0	117	176	5	298	3.55
Lokasi yg nyaman	0	0	6	84	305	395	4.70	0	0	3	88	305	396	4.71
<b>EKSKLUSIVITAS</b>														
Tingkat kemewahan	0	0	30	148	185	363	4.32	0	0	36	80	260	376	4.48
Berkelas	0	0	15	116	250	381	4.54	0	0	6	124	255	385	4.58
<b>TINGKAT KESENYAMANAN PENGUNJUNG</b>														
Sifat rekreatif	0	0	30	144	190	364	4.33	0	0	27	144	195	366	4.36
Keragaman tenant	0	0	9	80	305	394	4.69	0	0	6	88	300	394	4.69

Sumber : Hasil Analisis, 2012

**Tabel 3 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap *Performance* Pusat Perbelanjaan *Super Regional Mall* Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung**

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
<b>LINGKUNGAN</b>														
Keramahan staff	0	0	3	116	150	269	4.48	0	0	9	148	100	257	4.28
Efisiensi waktu pelayanan oleh staff toko/outlet	0	0	6	100	165	271	4.52	0	0	6	148	105	259	4.32
Keberersihan	0	0	15	40	225	280	4.67	0	0	21	60	190	271	4.52
Keteraturan/Kerapian	0	0	6	112	150	268	4.47	0	0	3	120	145	268	4.47
Berorientasi pada kebutuhan/kepentingan keluarga	0	0	30	60	175	265	4.42	0	0	30	64	170	264	4.40
Keamanan	0	0	15	40	225	280	4.67	0	0	9	48	225	282	4.70
Tempat parkir yang nyaman	0	0	3	56	225	284	4.73	0	46	15	80	60	201	3.35
Pintu masuk dan keluar yang jelas	0	0	45	60	150	255	4.25	0	0	30	80	150	260	4.33
Tampilan pusat perbelanjaan	0	0	36	48	180	264	4.40	0	0	33	64	165	262	4.37
Mengikuti perkembangan jaman	0	0	3	48	235	286	4.77	0	0	30	44	195	269	4.48
<b>KERAGAMAN DAN TAMPILAN</b>														
Pilihan barang yang beragam	0	0	15	68	190	273	4.55	0	0	6	80	190	276	4.60
Pilihan barang yang unik/berbeda	0	0	15	68	190	273	4.55	0	0	6	88	180	274	4.57
Pilihan toko yang beragam	0	0	9	80	185	274	4.57	0	0	9	140	110	259	4.32
Suasana menyenangkan	0	0	30	60	175	265	4.42	0	0	36	60	165	261	4.35
Modern	0	0	45	64	145	254	4.23	0	0	3	56	225	284	4.73
Tampilan toko yang menarik	0	0	30	56	180	266	4.43	0	0	30	80	150	260	4.33
<b>SUASANA/KEADAAN</b>														
Natural dan indah	0	22	42	60	100	224	3.73	0	0	60	84	95	239	3.98
Desain arsitektur yang unik	0	0	9	80	185	274	4.57	0	0	36	72	150	258	4.30
Pengadaan even-even tertentu	0	16	42	60	115	233	3.88	0	0	51	100	90	241	4.02
Cerminan budaya lokal	0	48	33	60	50	191	3.18	0	0	93	60	70	223	3.72
Tampilan yang kreatif	0	0	30	100	125	255	4.25	0	0	30	76	155	261	4.35



Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
Ketersediaan informasi (penunjuk arah di dalam pusat perbelanjaan, posisi/letak toko/outlet)	0	0	15	60	200	275	4.58	0	0	27	40	205	272	4.53
Populer	0	0	24	68	175	267	4.45	0	0	21	60	190	271	4.52
Menghibur	0	0	27	104	125	256	4.27	0	0	18	44	215	277	4.62
Suasana pusat perbelanjaan yang santai	0	24	33	92	70	219	3.65	0	0	81	84	60	225	3.75
<b>EKONOMI</b>														
Kesesuaian harga dengan daya beli	0	0	33	120	95	248	4.13	0	0	3	128	135	266	4.43
Kesesuaian harga dengan jenis barang	0	0	3	84	190	277	4.62	0	0	3	84	190	277	4.62
Harga prestise	0	0	105	80	25	210	3.50	0	0	75	40	125	240	4.00
<b>LOKASI</b>														
Kedekatan dengan hotel	0	0	15	60	200	275	4.58	0	30	51	56	70	207	3.45
Kedekatan dengan bandara	0	4	18	120	110	252	4.20	0	0	36	88	130	254	4.23
Kedekatan dengan rumah/tempat tinggal	0	0	6	80	190	276	4.60	0	34	9	116	55	214	3.57
Lokasi yg nyaman	0	0	0	80	200	280	4.67	0	0	6	52	225	283	4.72
<b>EKSKLUSIVITAS</b>														
Tingkat kemewahan	0	10	30	60	150	250	4.17	0	0	54	80	110	244	4.07
Berkelas	0	14	24	60	150	248	4.13	0	0	27	80	155	262	4.37
<b>TINGKAT KESENYAMANAN PENGUNJUNG</b>														
Sifat rekreatif	0	0	30	120	100	250	4.17	0	0	30	44	195	269	4.48
Keragaman tenant	0	0	9	92	170	271	4.52	0	0	9	140	110	259	4.32

Sumber : Hasil Analisis, 2012

**Tabel 4 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap *Performance* Pusat Perbelanjaan *Hipermarket* Kota Surabaya Berdasarkan Persepsi Pengunjung**

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
<b>LINGKUNGAN</b>														
Keramahan staff	0	0	6	128	190	324	4.50	0	0	9	136	175	320	4.44
Efisiensi waktu pelayanan oleh staff toko/outlet	0	0	6	120	200	326	4.53	0	0	6	152	160	318	4.42
Keberersihan	0	0	15	64	255	334	4.64	0	0	36	140	125	301	4.18
Keteraturan/Kerapian	0	0	6	140	175	321	4.46	0	0	6	144	170	320	4.44
Berorientasi pada kebutuhan/kepentingan keluarga	0	0	66	96	130	292	4.06	0	0	30	128	150	308	4.28
Keamanan	0	0	15	60	260	335	4.65	0	0	9	120	195	324	4.50
Tempat parkir yang nyaman	0	0	9	84	240	333	4.63	0	0	57	96	145	298	4.14
Pintu masuk dan keluar yang jelas	0	0	84	96	100	280	3.89	0	0	45	108	150	303	4.21
Tampilan pusat perbelanjaan	0	0	72	80	140	292	4.06	0	0	60	128	100	288	4.00
Mengikuti perkembangan jaman	0	0	111	8	165	284	3.94	0	0	108	72	90	270	3.75
<b>KERAGAMAN DAN TAMPILAN</b>														
Pilihan barang yang beragam	0	0	0	120	210	330	4.58	0	0	15	120	185	320	4.44
Pilihan barang yang unik/berbeda	0	0	30	128	150	308	4.28	0	0	6	152	160	318	4.42
Pilihan toko yang beragam	0	0	54	120	120	294	4.08	0	0	6	108	215	329	4.57
Suasana menyenangkan	0	0	102	12	175	289	4.01	0	0	15	108	200	323	4.49
Modern	0	0	15	96	215	326	4.53	0	0	6	100	225	331	4.60
Tampilan toko yang menarik	0	0	36	96	180	312	4.33	0	0	6	180	125	311	4.32
<b>SUASANA/KEADAAN</b>														
Natural dan indah	0	50	30	72	95	247	3.43	0	0	111	64	95	270	3.75
Desain arsitektur yang unik	0	40	84	48	60	232	3.22	0	0	105	64	105	274	3.81
Pengadaan even-even tertentu	0	0	18	100	205	323	4.49	0	36	69	68	70	243	3.38
Cerminan budaya lokal	0	36	69	68	70	243	3.38	0	0	96	56	130	282	3.92
Tampilan yang kreatif	0	0	105	60	110	275	3.82	0	0	90	60	135	285	3.96

Variabel	Tingkat Kepentingan					Total	Y	Tingkat Kepuasan					Total	X
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
Ketersediaan informasi (penunjuk arah di dalam pusat perbelanjaan, posisi/letak toko/outlet)	0	0	15	108	200	323	4.49	0	0	15	120	185	320	4.44
Populer	0	40	51	60	100	251	3.49	0	0	81	100	100	281	3.90
Menghibur	0	0	87	88	105	280	3.89	0	0	42	84	185	311	4.32
Suasana pusat perbelanjaan yang santai	0	24	45	108	90	267	3.71	0	0	102	96	70	268	3.72
<b>EKONOMI</b>														
Kesesuaian harga dengan daya beli	0	0	36	92	185	313	4.35	0	0	9	112	205	326	4.53
Kesesuaian harga dengan jenis barang	0	0	30	96	190	316	4.39	0	0	27	100	190	317	4.40
Harga prestise	0	56	15	96	75	242	3.36	0	0	21	120	175	316	4.39
<b>LOKASI</b>														
Kedekatan dengan hotel	0	60	96	20	25	201	2.79	0	20	105	60	60	245	3.40
Kedekatan dengan bandara	0	68	99	8	15	190	2.64	0	22	126	36	50	234	3.25
Kedekatan dengan rumah/tempat tinggal	0	10	33	104	150	297	4.13	0	40	87	48	55	230	3.19
Lokasi yg nyaman	0	0	6	108	215	329	4.57	0	0	9	96	225	330	4.58
<b>EKSKLUSIVITAS</b>														
Tingkat kemewahan	0	74	93	8	10	185	2.57	0	0	117	68	80	265	3.68
Berkelas	0	70	99	12	5	186	2.58	0	54	99	24	30	207	2.88
<b>TINGKAT KESENYANGAN PENGUNJUNG</b>														
Sifat rekreatif	0	0	66	120	100	286	3.97	0	0	45	140	110	295	4.10
Keragaman tenant	0	0	36	112	160	308	4.28	0	0	36	124	145	305	4.24

Sumber : Hasil Analisis, 2012