

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tarikan Perjalanan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Mall Jakarta

Irfan Rusydi Triyanto^{1*}, Yoshua Ardy Putra², Haris Satria Putra³, Muhammad Ari Kurniawan⁴, Edi Sumatirta⁵, Andi Muhammad Fiqri Achmad⁶

^{1,2,3} Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16425

⁴ Teknik Industri, Universitas Setia Budi Rangkasbitung, Jl. Budi Utomo No. 22L, Komplek Pendidikan (Kondik), Kelurahan Muara Ciujung Timur, Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten 42314

⁵ Teknik Industri, Universitas Selamat Sri, Jl. Soekarno Hatta km 03, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah

⁶ Teknik Industri Agro, Politeknik ATI Makassar, Jl. Sunu No.220, Suangga, Kec. Tallo, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

Email: ^{1,*} irfan.rusyditriyanto@lecturer.pnj.ac.id, ² yoshua.ardyputra@bisnis.pnj.ac.id, ³ haris.satriaputra@bisnis.pnj.ac.id,

⁴ arikurniawan19a@gmail.com, ⁵ edisumatirta@gmail.com, ⁶ am_fiqri@atim.ac.id

Email Penulis Korespondensi: ^{1,*} irfan.rusyditriyanto@lecturer.pnj.ac.id

Info Artikel	Abstrak
Kata Kunci: Tarikan perjalanan Kepuasan pelanggan Tenant Fasilitas Parkir Aksesibilitas Mall	Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tarikan perjalanan serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan di pusat perbelanjaan (mall) di Jakarta, Indonesia. Secara khusus, penelitian ini menelaah pengaruh fasilitas parkir, tenant, dan aksesibilitas mall terhadap tarikan perjalanan, serta pengaruh selanjutnya dari tarikan perjalanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tarikan perjalanan berperan sebagai variabel mediasi. Desain survei kuantitatif lintas seksi digunakan, dengan data dikumpulkan dari 200 pengunjung mall melalui kuesioner yang diisi sendiri menggunakan skala Likert lima poin. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa tenant merupakan satu-satunya prediktor signifikan dari tarikan perjalanan dan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tarikan perjalanan secara signifikan memprediksi kepuasan pelanggan dan memediasi sebagian hubungan antara tenant dan kepuasan pelanggan. Fasilitas parkir dan aksesibilitas mall tidak menunjukkan efek signifikan terhadap tarikan perjalanan maupun kepuasan pelanggan. Model struktural menjelaskan 61,4% varians pada tarikan perjalanan dan 59,2% pada kepuasan pelanggan.
	Abstract
Keywords: Trip Attraction Customer Satisfaction Tenant Parking Facilities Mall Accesibility	This study investigates the factors influencing trip attraction and its impact on customer satisfaction at shopping malls in Jakarta, Indonesia. Specifically, the study examines the effects of parking facilities, tenant composition, and mall accessibility on trip attraction, and the subsequent influence of trip attraction on customer satisfaction, with trip attraction serving as a mediating variable. A quantitative cross-sectional survey design was employed, with data collected from 200 mall visitors through self-administered questionnaires using a five-point Likert scale. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Results indicate that tenant is the only significant predictor of trip attraction and directly influences customer satisfaction. Trip attraction significantly predicts customer satisfaction and partially mediates the relationship between tenant composition and customer satisfaction. Parking facilities and mall accessibility did not demonstrate significant effects on either trip attraction or customer satisfaction. The structural model explains 61.4% of the variance in trip attraction and 59.2% in customer satisfaction.

JuKSIT is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License



1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat pusat perbelanjaan (mall) di Jakarta telah mengubah pola mobilitas perkotaan dan perilaku konsumen secara signifikan. Sebagai salah satu kawasan metropolitan terpadat di Asia Tenggara, Jakarta menjadi tuan rumah bagi pusat perbelanjaan berskala besar yang berfungsi tidak hanya sebagai destinasi ritel, tetapi juga sebagai pusat sosial dan rekreasi bagi jutaan warga. Menurut data dari Asosiasi Pengelola Pusat Perbelanjaan Indonesia (APPI), jumlah mall di Jakarta mencapai 96 buah pada tahun 2023, mencerminkan ekspansi infrastruktur ritel yang berkelanjutan di kota ini [1]. Fenomena ini telah membangkitkan minat besar di kalangan perencana kota dan akademisi pemasaran dalam memahami mekanisme yang membuat pusat perbelanjaan mampu menarik pengunjung dan mempertahankan pelanggan setia.

Tarikan perjalanan, yang didefinisikan sebagai jumlah perjalanan yang dihasilkan menuju suatu destinasi tertentu dalam periode waktu tertentu, merupakan konsep fundamental dalam perencanaan transportasi [2]. Dalam konteks mall, tarikan perjalanan dibentuk oleh berbagai atribut fisik, spasial, dan komersial yang secara kolektif mempengaruhi keputusan pengunjung untuk bepergian ke destinasi tertentu. Di antara atribut-atribut tersebut, fasilitas parkir, tenant, dan aksesibilitas mall telah secara luas diidentifikasi dalam literatur sebagai faktor penentu utama perilaku bangkitan perjalanan [3].

Fasilitas parkir merupakan elemen infrastruktur penting yang secara langsung mempengaruhi kemudahan dan kenyamanan dalam mengunjungi mall. Parkir yang tidak memadai atau dikelola dengan buruk sering dikemukakan oleh konsumen sebagai hambatan utama dalam berkunjung ke mall, terutama di kota-kota seperti Jakarta di mana kepemilikan kendaraan pribadi tinggi dan alternatif transportasi umum masih terbatas di beberapa koridor. Ketersediaan, biaya, dan aksesibilitas tempat parkir oleh karena itu memainkan peran penting dalam membentuk pola tarikan perjalanan [4].

Tenant, yang mengacu pada keragaman, kualitas, dan prestise merek para pengecer dan penyedia layanan dalam mall, merupakan pendorong lalu lintas pengunjung yang penting lainnya. Penelitian dalam geografi ritel telah menunjukkan bahwa tenant utama (anchor tenants) — biasanya berupa department store atau hypermarket besar — berfungsi sebagai penarik primer yang menarik pengunjung yang kemudian beralih ke toko-toko spesialis yang lebih kecil [5], [6]. Keragaman dan komplementaritas penawaran tenant dengan demikian tidak hanya mempengaruhi volume perjalanan yang tertarik, tetapi juga durasi dan frekuensi kunjungan.

Aksesibilitas, yang mencakup kedekatan fisik terhadap infrastruktur transportasi dan kemudahan akses masuk dan keluar untuk berbagai moda perjalanan, telah secara konsisten dikaitkan dengan bangkitan perjalanan dalam literatur transportasi perkotaan. Mall yang berlokasi dekat dengan jalan arteri utama, simpul transit umum, atau koridor yang ramah pejalan kaki cenderung menarik volume pengunjung yang lebih tinggi dari area tangkapan yang lebih luas [7]. Dalam konteks Jakarta, di mana kemacetan lalu lintas merupakan tantangan yang persisten, pertimbangan aksesibilitas memegang bobot tersendiri dalam membentuk keputusan perjalanan konsumen. Karena kemacetan yang terjadi bisa berdampak terhadap kepuasan secara keseluruhan [8].

Di luar tarikan perjalanan, konsep kepuasan pelanggan telah mendapat perhatian yang semakin besar dalam literatur ritel dan pemasaran jasa. Kepuasan pelanggan mengacu pada komitmen berkelanjutan konsumen untuk berulang kali mengunjungi destinasi ritel tertentu, yang diwujudkan melalui kunjungan berulang, rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, dan resistensi terhadap alternatif kompetitif [2]. Meskipun banyak penelitian yang ada telah mengkaji antecedent kepuasan pelanggan dari perspektif kualitas layanan atau kepuasan, relatif sedikit studi yang mengeksplorasi peran tarikan perjalanan — sebagai variabel mediasi — dalam menghubungkan atribut fisik mall dengan hasil kepuasan pelanggan jangka panjang.

Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji hubungan antara fasilitas parkir, tenant, dan aksesibilitas mall sebagai variabel independen, dengan tarikan perjalanan sebagai variabel mediasi, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Secara khusus, penelitian ini menyelidiki bagaimana atribut fisik dan komersial mall di Jakarta mempengaruhi volume dan frekuensi perjalanan yang tertarik, serta bagaimana pola tarikan perjalanan tersebut pada gilirannya membentuk perilaku kepuasan pelanggan. Dengan mengintegrasikan konsep perencanaan transportasi dengan teori perilaku konsumen, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih holistik tentang kinerja mall dan retensi pengunjung dalam konteks kota megapolitan Asia yang utama.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian dan Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan desain metode kuantitatif dengan pendekatan survei lintas seksi (cross-sectional). Desain ini dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden dalam satu waktu tertentu, sehingga cocok untuk mengkaji hubungan antar variabel secara simultan. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menguji hubungan antarvariabel secara statistik dengan tingkat objektivitas yang tinggi.

Kerangka penelitian dibangun untuk mengkaji pengaruh langsung fasilitas parkir (X1), tenant (X2), dan aksesibilitas mall (X3) terhadap daya tarik perjalanan (Z), serta pengaruh selanjutnya dari daya tarik perjalanan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Model mediasi ditetapkan di mana daya tarik perjalanan berfungsi sebagai variabel intervening yang menghubungkan ketiga variabel independen dengan variabel dependen kepuasan pelanggan. Kerangka konseptual ini mengintegrasikan pendekatan perencanaan transportasi dan teori perilaku konsumen.

2.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung pusat perbelanjaan (mall) di wilayah Jakarta. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih responden yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu pengunjung berusia minimal 17 tahun yang pernah berkunjung ke mall di Jakarta minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai atribut-atribut mall yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diisi sendiri oleh responden dan disebarluaskan kepada pengunjung di lokasi mall terpilih di Jakarta selama jam sibuk dan di luar jam sibuk pada hari kerja dan akhir pekan, sehingga menjamin keterwakilan populasi pengunjung. Total 200 kuesioner valid diperoleh dan dipertahankan untuk analisis, setelah pengecualian respons yang tidak lengkap atau tidak konsisten. Ukuran sampel ini dianggap memadai untuk Structural Equation Modeling (SEM) berdasarkan panduan yang dikemukakan oleh Hair, yang merekomendasikan minimal 100 hingga 200 observasi untuk model dengan kompleksitas sedang [9]. Dari hasil pengambilan sampel responden, ditemukan untuk sampel sebagian besar merupakan mahasiswa disusul oleh pekerja baru. Kemudian, dari hasil penelitian para responden memiliki kendaraan.

2.3 Instrumen Penelitian dan Pengukuran Variabel

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner terstruktur yang dikembangkan berdasarkan tinjauan literatur dan adaptasi dari skala yang telah tervalidasi sebelumnya. Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel fasilitas parkir, tenant, dan aksesibilitas mall sebagai variabel independen masing-masing diukur menggunakan beberapa indikator yang mencerminkan dimensi-dimensi utama dari setiap konstruk.

Variabel daya tarik perjalanan diukur berdasarkan frekuensi dan intensitas kunjungan responden ke mall, sedangkan kepuasan pelanggan diukur melalui indikator yang mencakup niat berkunjung kembali, rekomendasi kepada orang lain, dan evaluasi keseluruhan terhadap pengalaman berbelanja. Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen telah melalui uji coba awal (pilot test) untuk memastikan keterbacaan dan keterandalan butir-butir pertanyaan yang digunakan.

2.4 Analisis Data

Analisis SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Squares*) diterapkan dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Tujuan analisis ini adalah untuk mengevaluasi dan meningkatkan model, sehingga memudahkan identifikasi jalur variabel dan penentuan indeks variabel. Pendekatan PLS-SEM dipilih karena kemampuannya dalam menangani model yang kompleks dengan ukuran sampel yang relatif kecil dan tidak memerlukan asumsi distribusi data yang ketat.

Model pengukuran dibagi menjadi dua kategori: model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*). Tiga uji terdiri dari outer model: validitas diskriminan, validitas konvergen, dan reliabilitas. *Outer model* bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan secara valid dan reliabel mengukur konstruk latennya. Sementara itu, *inner model* terdiri dari tiga uji: Uji Mediasi, koefisien jalur, dan R-squared, yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan arah hubungan antarvariabel dalam model struktural yang diajukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Tujuan dari uji model pengukuran ini adalah untuk memastikan kelayakan hubungan antara variabel laten dan indikator yang diamati. Uji reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan merupakan evaluasi model pengukuran ini.

3.2. Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Explained	Evaluasi Model
----------	------------------	-------------------------------	-------------------------------	----------------------------	----------------

Fasilitas Parkir	0,774	0,793	0,846	0,526	Reliabel
Tenant	0,876	0,877	0,901	0,503	Reliabel
Aksesibilitas Mall	0,767	0,771	0,843	0,518	Reliabel
Daya Tarik Perjalanan	0,867	0,868	0,919	0,790	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,742	0,744	0,886	0,796	Reliabel

Semua konstruk menunjukkan reliabilitas konsistensi internal yang memuaskan, dengan nilai Cronbach's alpha berkisar antara 0,767 hingga 0,876, semuanya melampaui ambang batas yang direkomendasikan sebesar 0,70. Nilai composite reliability berkisar antara 0,843 hingga 0,919, semuanya melampaui tolok ukur 0,70, yang semakin mengkonfirmasi reliabilitas konstruk. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua konstruk memenuhi atau melampaui ambang batas minimum 0,50, berkisar antara 0,503 hingga 0,790, sehingga menetapkan validitas konvergen yang memadai.

Berkenaan dengan outer loadings, sebagian besar indikator melampaui ambang batas konvensional sebesar 0,70. Beberapa indikator yang termasuk dalam konstruk Fasilitas Parkir, Aksesibilitas Mall, dan Tenant menghasilkan loading antara 0,60 dan 0,70. Indikator-indikator ini dipertahankan dalam model dengan alasan bahwa nilai AVE untuk semua konstruk terkait tetap di atas 0,50, menunjukkan bahwa konstruk secara kolektif menjelaskan proporsi varians yang memadai dalam indikator-indikatornya. Pendekatan ini konsisten dengan rekomendasi [9] yang mencatat bahwa indikator dengan loading antara 0,40 dan 0,70 harus dipertimbangkan untuk dipertahankan jika penghapusannya tidak secara substansial meningkatkan AVE atau *composite reliability*.

3.3. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dinilai menggunakan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT), sebagaimana direkomendasikan oleh Henseler et al. (2015). Hasil yang disajikan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua nilai HTMT berada di bawah ambang batas konservatif 0,90, yang mengkonfirmasi bahwa setiap konstruk secara empiris berbeda dari yang lain.

Tabel 2. Hasil Uji Rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Variabel	Kepuasan Pelanggan	Fasilitas Parkir	Aksesibilitas Mall	Tenant	Daya Tarik Perjalanan
Kepuasan Pelanggan					
Fasilitas Parkir	0,759				
Aksesibilitas Mall	0,686	0,848			
Tenant	0,897	0,888	0,890		
Daya Tarik Perjalanan	0,890	0,680	0,758	0,894	

Meskipun beberapa nilai HTMT mendekati ambang batas 0,90 — khususnya antara Tenant dan Kepuasan Pelanggan (0,897) serta antara Tenant dan Daya Tarik Perjalanan (0,894) — semua nilai tetap berada di bawah batas maksimum yang diizinkan, menunjukkan bahwa validitas diskriminan dipertahankan di semua pasangan konstruk.

3.4. Uji Model Struktural

3.4.1. Uji R-Square

Berikut adalah hasil uji R-squared yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji R-Square

Variabel	R ²	R ² adj
Daya Tarik Perjalanan	0,614	0,609
Kepuasan Pelanggan	0,592	0,584

Kekuatan penjelas model struktural dievaluasi menggunakan koefisien determinasi (R²). Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 3, model menjelaskan 61,4% varians pada Daya Tarik Perjalanan (R² = 0,614, R²adj = 0,609) dan

59,2% varians pada Kepuasan Pelanggan ($R^2 = 0,592$, $R^2_{adj} = 0,584$). Menurut tolok ukur yang dikemukakan oleh Hair et al. (2014), nilai R^2 sebesar 0,61 dan 0,59 dianggap moderat. Kedua nilai R^2 dalam penelitian ini berada dalam kisaran moderat hingga substansial, menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjas yang memadai.

3.4.2. Uji Koefisien Jalur

Uji koefisien jalur atau uji hipotesis dapat diterima jika nilai T-statistik berada di atas 1,96 (signifikansi 5%) dan P-values $\leq 0,05$. Pengujian dilakukan menggunakan bootstrapping untuk menentukan nilai T-statistik dan P-values. Hasil pengujian hipotesis disajikan dalam tabel uji koefisien jalur berikut (Tabel 4).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Jalur

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-statistik	P-values
Fasilitas Parkir → Kepuasan Pelanggan	0,131	0,133	0,070	1,871	0,062
Fasilitas Parkir → Daya Tarik Perjalanan	-0,051	-0,051	0,064	0,800	0,424
Aksesibilitas Mall → Kepuasan Pelanggan	-0,102	-0,106	0,081	1,253	0,211
Aksesibilitas Mall → Daya Tarik Perjalanan	0,122	0,120	0,075	1,633	0,103
Tenant → Kepuasan Pelanggan	0,390	0,391	0,095	4,109	0,000
Tenant → Daya Tarik Perjalanan	0,727	0,731	0,065	11,162	0,000
Daya Tarik Perjalanan → Kepuasan Pelanggan	0,401	0,400	0,071	5,629	0,000

Temuan menunjukkan bahwa dari ketiga variabel independen, hanya tenant yang memiliki dampak langsung yang signifikan secara statistik terhadap daya tarik perjalanan, menggarisbawahi peran utamanya dalam menarik pengunjung ke pusat perbelanjaan. Sebaliknya, fasilitas parkir maupun aksesibilitas mall tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap daya tarik perjalanan. Mengenai pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, tenant kembali menjadi satu-satunya variabel independen dengan efek yang signifikan secara statistik. Fasilitas parkir dan aksesibilitas mall tidak secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, daya tarik perjalanan

3.4.3. Uji Mediasi

Hipotesis mediasi diuji menggunakan prosedur bootstrapping dengan *bias-corrected confidence intervals*. Hasil analisis efek tidak langsung disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Efek Tidak Langsung

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-statistik	P-values
Fasilitas Parkir → Daya Tarik Perjalanan → Kepuasan Pelanggan	-0,020	-0,020	0,026	0,798	0,425
Aksesibilitas Mall → Daya Tarik Perjalanan → Kepuasan Pelanggan	0,049	0,047	0,030	1,631	0,103
Tenant → Daya Tarik Perjalanan → Kepuasan Pelanggan	0,292	0,293	0,061	4,813	0,000

Temuan menunjukkan bahwa Daya Tarik Perjalanan secara signifikan memediasi hubungan antara komposisi Tenant dan Kepuasan Pelanggan. Karena pengaruh langsung Tenant terhadap Kepuasan Pelanggan tetap signifikan secara statistik bahkan setelah memperhitungkan mediator, mediasi ini dianggap parsial. Hal ini mengisyaratkan bahwa Tenant mempengaruhi Kepuasan Pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Daya Tarik Perjalanan.

Sebaliknya, efek tidak langsung dari Fasilitas Parkir dan Aksesibilitas Mall terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Daya Tarik Perjalanan tidak signifikan secara statistik, menunjukkan bahwa Daya Tarik Perjalanan tidak berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan Kepuasan Pelanggan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara fasilitas parkir, aksesibilitas mall, dan komposisi tenant sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik perjalanan, serta bagaimana daya tarik perjalanan selanjutnya berdampak pada kepuasan pelanggan di pusat perbelanjaan yang berlokasi di Jakarta. Dengan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), penelitian ini menilai model mediasi parsial di mana daya tarik perjalanan berfungsi sebagai mediator antara ketiga variabel independen dan kepuasan pelanggan.

Temuan menunjukkan bahwa komposisi tenant merupakan satu-satunya variabel independen dengan dampak signifikan secara statistik terhadap daya tarik perjalanan maupun kepuasan pelanggan. Daya tarik perjalanan ditemukan secara parsial memediasi hubungan antara komposisi tenant dan kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa kualitas tenant mempengaruhi kepuasan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan meningkatkan frekuensi kunjungan dan preferensi destinasi. Sebaliknya, fasilitas parkir dan aksesibilitas mall tidak menunjukkan efek signifikan terhadap daya tarik perjalanan maupun kepuasan pelanggan, kemungkinan mencerminkan kondisi infrastruktur mall di Jakarta yang sudah maju dan perubahan preferensi transportasi di kalangan pembeli perkotaan.

Penelitian ini berkontribusi pada literatur yang menghubungkan perencanaan transportasi dengan perilaku konsumen dan memberikan rekomendasi praktis bagi operator mall yang bertujuan untuk memperkuat posisi pasar mereka di Indonesia. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan sampel yang lebih besar dan lebih beragam secara geografis, memasukkan metrik daya tarik perjalanan yang objektif seperti data arus pejalan kaki, serta menyelidiki pengaruh moderasi demografi konsumen dan moda perjalanan terhadap hubungan yang diamati.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

REFERENCES

- [1] Iip M Aditiya, "Jumlah Sebaran Mal di Provinsi DKI Jakarta," <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-sebaran-mal-di-provinsi-dki-jakarta-JESUY>.
- [2] S. Mansori dan J. H. Chin, "Shopping Mall Attributes: Tourist Satisfaction and Loyalty," *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, vol. 7, no. 4, hlm. 571–590, Des 2019, doi: 10.25019/mdke/7.4.08.
- [3] N. M. W. Pratiwi, D. A. N. Sriastuti, dan A. A. G. Sumanjaya, "Evaluation of trip generation and trip attraction of shopping centre on traffic performance in Denpasar city," dalam *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing Ltd, Des 2019. doi: 10.1088/1742-6596/1402/4/044015.
- [4] N. Usrina, M. Fauzan, L. A. Widari, S. Malasyi, dan R. Fazila, "Edusight International Journal of Multidisciplinary Studies Analysis Of Trip Attraction In Shopping Center Suzaya Mall Bireuen Based On Demographic Characteristic," vol. 2, no. 2, 2025.
- [5] M. Abghari dan K. H. Hanzae, "Investigation of the Effects of Stores' Tenant Mix and Internal and External Environmental Conditions on Customer Satisfaction from Shopping Centers in Iran," *Int. J. Mark. Stud.*, vol. 3, no. 4, Nov 2011, doi: 10.5539/ijms.v3n4p158.
- [6] L. Ortigón-Cortázar dan M. Royo-Vela, "Attraction factors of shopping centers: Effects of design and eco-natural environment on intention to visit," *European Journal of Management and Business Economics*, vol. 26, no. 2, hlm. 199–219, 2017, doi: 10.1108/EJMBE-07-2017-012.
- [7] Y. Nur, S. Basalamah, B. Semmail, dan S. Hasan, "The Influence of Bank Image, Accessibility, and Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Loyalty at Islamic Banks in Makassar City," *International Journal of Professional Business Review*, vol. 8, no. 9, hlm. e03640, Sep 2023, doi: 10.26668/businessreview/2023.v8i9.3640.
- [8] E. Reggyananda dan R. Roostika, "Dampak Kemacetan di Lokasi Wisata dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Wisatawan di Pulau Bali," Yogyakarta, 2023. [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.uui.ac.id/selma/index>

-
- [9] J. F. Hair, G. T. Hult, dan C. M. Ringle, *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. 2021. [Daring]. Tersedia pada: <http://www.>