

## Pentingnya Strategi Lokasi Dan *Layout* Fasilitas Sebagai Daya Saing Mall

Sari Wiyanti<sup>1</sup>, Neli Marlina<sup>2</sup>, Ade Julia Asyifa<sup>3</sup>, Zulfikar Satya Akbar<sup>4</sup>, Sigit Wahyu Pratama<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Pancasakti, Kota Tegal

Corresponding author : [saridysa0604@gmail.com](mailto:saridysa0604@gmail.com)

### Abstrak

Bisnis Mall saat ini terancam akibat dari persaingan yang tinggi dan kemajuan teknologi digital dimana masyarakat tidak perlu ke Mall untuk berbelanja kebutuhannya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi peran lokasi dan fasilitas Mall dalam menciptakan daya saing Rita Mall kota Tegal.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah Store Manajer, Floor Manager, Kepala Divisi dan Supervisor Operasional, Karyawan Pemasaran Supliyer serta konsumen. Sampel dalam penelitian ini dipilih secara tidak acak menggunakan metode Purposive sampling. Data hasil survey diolah menggunakan alat analisis SPSS 25 dimana data tersebut dianalisis melalui regresi linear berganda dan diuji menggunakan uji hipotesis, termasuk uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian dari uji t diperoleh Persepsi Lokasi terhadap Daya Saing diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,969 > 1,661$  dengan nilai  $sig. = 0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Persepsi fasilitas terhadap Daya Saing diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,155 > 1,661$  dengan nilai  $sig. = 0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Hasil uji F diperoleh  $f_{hitung} 96,166$  yang artinya lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $96,166 > 2,467$  dengan nilai  $sig.$  adalah  $0,00$  dengan kata lain nilai  $sig. < 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat diartikan  $H_3$  diterima.

Kesimpulan terdapat pengaruh positif peran persepsi Lokasi terhadap Daya Saing Rita Mall Tegal. Jadi, dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif peran persepsi Layout Fasilitas terhadap Daya Saing Rita Mall Tegal. Jadi, hipotesis ketiga adanya peran persepsi Lokasi dan persepsi Layout Fasilitas terbukti atau diterima, maka disimpulkan terdapat peran positif persepsi Lokasi dan Layout Fasilitas secara simultan terhadap Daya Saing Rita Mall kota Tegal.

Kata Kunci: Lokasi, Layout Fasilitas, Mall, Daya Saing

### PENDAHULUAN

Mall sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai macam fasilitas untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Masyarakat sering menganggap pusat perbelanjaan sebagai tempat untuk bersantai bersama keluarga atau teman, serta sebagai tempat interaksi sosial dan kehidupan publik. Mall memainkan peran penting dalam mengatur dan mengoptimalkan waktu dan aktivitas masyarakat, menjadikannya pusat aktivitas sosial dan integrasi budaya. Selain itu, pusat perbelanjaan juga berperan dalam membentuk citra diri, eksistensi, dan menjadi sumber pengetahuan dan informasi bagi masyarakat. Bisnis Mall saat ini terancam akibat dari digitalisasi kemajuan teknologi dimana masyarakat tidak perlu ke Mall untuk berbelanja kebutuhannya.

Penelitian ini disalah satu Mall dikota Tegal yaitu Rita Mall. Permasalahan di Mall kota Tegal adalah terancamnya bisnis mall karena persaingan yang tinggi. Sehingga berdampak pada Rita Mall untuk menciptakan daya saingnya supaya bertahan dalam persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi peran lokasi dan fasilitas Mall dalam menciptakan daya saing Rita Mall kota Tegal.

Implikasi penelitian ini adalah banyaknya mall gulung tikar tidak mampu bersaing di era digitalisasi ini. Melalui aplikasi HP, masyarakat tidak perlu lagi datang ke Mall untuk berbelanja memenuhi kebutuhannya..Hal ini menjadi tugas Rita Mall harus memikirkan daya saing mall yang kompetitif, karena daya saing kompetitif merukan faktor penting yang menentukan apakah mall akan mampu bertahan dalam persaingan atau tidak. Strategi pemasaran akan mempengaruhi daya saing Rita Mall.

Lokasi Rita Mall yang berada di jalan utama menjadi permasalahan yang berdampak besar pada jumlah pengunjung. Lokasi Mall menjadi sangat penting yang menjamin keamanan konsumen selama perjalanan pada saat akan mengunjungi Mall. Lokasi di jalan raya dengan lalu lintas kendaraan besar, padat dan cepat menjadi pertimbangan resiko perjalanan pada saat mengunjungi Mall. Bagi konsumen lokasi Mall berada di dalam kota memberikan keamanan kurangnya resiko kecelakaan. Lokasi Mall yang jauh dan tidak ada akses kendaraan untuk kesana juga menjadi pertimbangan konsumen apabila akan berbelanja di Mall. Akses bagi pelanggan terkadang menjadi pertimbangan yang utama, sama seperti bank dan supermarket, tetapi bukan merupakan pertimbangan di jasa lainnya, seperti pusat layanan. penjualan katalog, dan jasa online.

Rita mall yang menyediakan berbagai macam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjungnya. Tata letak fasilitas Rita Mall yang di desain saat ini masih belum efektif, hal ini dilihat banyaknya fasilitas yang belum tersentuh oleh pengunjung.

Penelitian ini merujuk pada penelitian <sup>1)</sup>Sari Wiyanti dan Ahmad Hanfan, 2022 yang berjudul *“The Role of Word-of-Mouth, Shopping Lifestyle and City Walk Concept on Brand Image Mall in Indonesia”* dengan hasil penelitian *“The role of Word-Of-Mouth affects the Brand Image Mall in Tegal. This means that Word Of Mouth is very strong and will spread positive information to others after they are satisfied shopping at the Mall they visit. Furthermore, consumers will recommend to others to visit the Mall. The role of Shopping Lifestyle affects the Brand Image of the Mall in Tegal, meaning that Shopping Lifestyle has become a shopping habit at the Mall. The feeling of pride in shopping at the Mall considers him to be included in a classy community group. The role of the City Walk Concept affects the Brand Image of the Mall in Tegal, meaning that consumers judge the Image of a classy Mall as a Mall that provides all facilities for the convenience of its consumers in shopping. The Role of Word-Of-Mouth, Shopping Lifestyle and City Walk Concept Together they affect the Brand Image of Mall in Tegal, meaning that positive word of mouth will increase consumer visits, shopping lifestyle is a picture of consumerism m always want Tegal people to spend their money by choosing a mall that is able to provide convenience to its consumers”*.

<sup>2)</sup> Penelitian yang berjudul *“Layout design for effeciency improvement and cost reduction”* dengan hasil penelitian *“s. Facility layout design/ redesign is one of the most important and frequently used methods which can improve efficiency and reduce the operational costs of companies to a significant extent. It is thus widely used in practice. Facility layout design means the optimum arrangement of facilities (objects: department, workstation, machine, equipment, etc.) in a manufacturing shop floor and the optimum material flow between these objects, in order to reduce the operational costs of companies and improve the performance of production lines”*(Kovács, 2019).

<sup>3)</sup>Penelitian yang berjudul *“Strategi Penentuan Lokasi Global Perusahaan (Studi Kasus Di Starbucks Jakarta”* dengan hasil penelitian *“perusahaan Starbucks dalam mendirikan Café Starbucks, karena strategi lokasi yang tepat dan benar akan dapat meningkatkan jumlah*

pelanggan dan harga jual dari produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Cafe Starbucks telah memiliki strategi lokasi yang cukup baik karena memenuhi faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi tersebut, kualitas yang baik, dan meningkatkan produktifitas dan biaya yang tepat”(Rosalina, 2018).

4) Penelitian yang berjudul *“Exploring The Influence of Facility Location on the Operations of Service Organizations”* dengan hasil penelitian *“selecting a facility location for service organization, the infrastructure facility available in the given region has a significant importance to the service organisation. Specifically in the case of hotel sector, where the resources like water, electricity, proper roads and transportation services for the raw material delivery are important, infrastructural facilities are the prime requirements. Government policies, Local laws, Regulation, and Taxation, Ecological and Environmental factors are considered secondary factors while selecting the facility location. The factors that demand attention with respect to the policies of the state governments and local bodies are concerning to labor laws, building codes, safety, etc. With the incentive packages for the new enterprises from the government, in the form of soft loans and subsidies, this factor attains importance. While political and climate conditions considered as a less important factor while selecting facility location. Appropriate selection of facility location can result in increased productivity, efficiency and market share, effective communication between work areas, less delivery time. The final conclusion that can be made from this research study is that facility location is very important for the smooth functioning of operation in service organizations. Since the research has limited to the service firms of a specified region, further studies are suggested that may cover sector specific importance of facility location decision”*(Madavi & Sangode, 2019).

## **Landasan teori**

### **Daya Saing**

Daya saing menurut William & Cuong (2014: 41) adalah Keefektifan suatu organisasi dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya yang menawarkan produk atau layanan serupa adalah ukuran sejauh mana strategi pemasaran berperan. Ini melibatkan identifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen, penetapan harga, serta strategi periklanan dan promosi. Operasi memiliki pengaruh besar terhadap daya saing melalui desain produk, desain jasa, biaya, lokasi, mutu, waktu respon, fleksibilitas, persediaan dan rantai pasokan serta jasa (Willian J. Stevenson, 2014). Usaha dapat memilih berbagai dimensi daya saing, seperti fokus pada kualitas (Quality Orientation), pengurangan biaya (Cost Minimization Orientation), kecepatan pengiriman (Speed of Delivery), dan keandalan pengiriman (Reliability of Delivery) untuk meningkatkan posisi kompetitifnya di pasar. (Murdifin Haming, 2014).

### **Lokasi**

Menurut Lupiyoadi (2013:28). Mendefinisikan lokasi usaha merupakan tempat di mana operasional bisnis harus berbasis. Keputusan mengenai lokasi melibatkan pertimbangan akses yang mudah dan daya tarik bagi sejumlah besar konsumen. Hal ini mencakup keputusan terkait lokasi bisnis, seperti tempat di mana sebuah kafe atau restoran akan didirikan. Pemilihan lokasi memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek pemasaran strategis, termasuk fleksibilitas, posisi kompetitif, manajemen permintaan, dan fokus strategis.

Orientasi pemilihan lokasi bagi perusahaan jasa bertujuan untuk memaksimalkan penerimaannya (*to maximize revenue*). Dalam pemilihan lokasi, perusahaan juga perlu mempertimbangkan aspek-aspek sosial, ekonomi, politik, dan keamanan lokasi tersebut. Perusahaan jasa sangat tergantung pada tingkat kejenuhan pasar terhadap produknya, sehingga penempatan lokasi menjadi bagian integral dari produk mereka. Dalam pemilihan lokasi usaha jasa, fokus utamanya adalah memastikan kenyamanan pelanggan dalam mengakses lokasi tersebut. (Murdifin Haming, 2014) .

### Layout Fasilitas

Tata letak memiliki peran kunci dalam menentukan daya saing perusahaan, termasuk kecukupan kapasitas, kelancaran proses, fleksibilitas operasi, dan pengelolaan biaya, serta menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Tata letak ritel mencakup pengaturan ruang dari bisnis eceran besar, seperti departemen store dan supermarket. Dalam perencanaan tata letak ini, penting untuk mempertimbangkan preferensi dan persepsi pelanggan. Tata letak harus memastikan bahwa semua pengunjung atau pelanggan merasa nyaman di dalam bangunan, dengan udara yang segar, pencahayaan yang cukup terang, dan faktor lainnya yang mendukung kenyamanan. Produk yang dipajang juga harus menarik, mudah dijangkau, dan memungkinkan pelanggan untuk bergerak dengan bebas. (Murdifin Haming, 2014).

### Hipotesis

Hipotesis menurut Suliyanto (2012; 100) adalah pernyataan dimana pernyataan tersebut masih memerlukan pengujian untuk memastikan kebenarannya. Berikut adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

- H1 : Lokasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing Rita Mall kota Tegal
- H2 : Layout Fasilitas berpengaruh positif terhadap Daya Saing Rita Mall kota Tegal
- H3 : Lokasi dan Layout Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Daya Saing Rita Mall kota Tegal

### METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang menurut Suliyanto (2018; 20), adalah penelitian yang berdasarkan pada data kuantitatif, yang berbentuk angka atau bilangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui observasi lapangan dan survei dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden.

Sampel pada penelitian ini adalah Store Manajer, Floor Manager, Kepala Divisi dan Supervisor Operasional, Karyawan Pemasaran Supliyer serta konsumen. Sampel dalam penelitian ini diambil secara non random, artinya tidak semua anggota sampel memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive sampling, di mana sampel dipilih berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. (Sugiyono, 2019). "*Sampel Purposif (Purposif Sampling) siapa yang dipilih tergantung pada riset, dimana, kapan, bergantung pada kriteria tertentu yang*

*ditentukan oleh tujuan riset*". Sampling atau penarikan sampel dalam penelitian/riset kualitatif ini adalah fleksibel, dimana sampling berkembang selama riset berlangsung. Yang utama dari unsur riset ini adalah orang-orang yang dipilih berdasarkan pengalaman terhadap fenomena yang diteliti, hal ini tergantung pada kondisi dan situasi ditentukannya tempat partisipan.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk mengubah data yang diperoleh dari lapangan menjadi informasi yang relevan (Suliyanto, 2011). Kegiatan dalam analisis data melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Data diolah menggunakan perangkat lunak analisis statistik SPSS 25, dan selanjutnya dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan diuji menggunakan uji hipotesis.

- 1) Analisa regresi linear berganda  
Suliyanto (2011; 53) menuturkan analisis regresi berganda ini bertujuan untuk memprediksi besarnya keterkaitan dengan menggunakan data variabel bebas yang sudah diketahui besarnya.
- 2) Uji hipotesis yaitu uji t (Parsial), uji F (Simultan) dan koefisien determinasi.
  - a) Uji t (Parsial)  
Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menilai signifikansi variasi hubungan antara variabel independen dan dependen. Menurut Suliyanto (2012; 62), nilai t hitung digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak.
  - b) Uji F (Simultan)  
Suliyanto (2011; 61) menyebut uji F sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel tergantung atau tidak.
  - c) Koefisien Determinan  
Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pada pengujian hipotesis pertama, koefisien determinasi dievaluasi melalui nilai (Adjusted R<sup>2</sup>) untuk menentukan sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabilitas variabel tergantung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi berganda ialah alat analisis nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X<sub>1</sub>), (X<sub>2</sub>),.....(X<sub>n</sub>) dengan satu variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang pengaruh persepsi lokasi (X<sub>1</sub>), dan layout fasilitas terhadap Daya Saing (Y). Hasil Analisis Regresi Berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.081	1.717		1.212	.230
	Lokasi	.140	.089	.208	1.969	.022
	Layout_Fasilitas	.320	.062	.684	5.155	.000

a. Dependent Variable: Daya\_Saing

Sumber : Data diolah SPSS 25

Menurut Sugiyono (2017:253), persamaan regresi ganda dapat ditentukan berdasarkan Tabel 1, yang melibatkan variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Nilai konstanta pada baris *Constant* kolom B yaitu 2,081. Nilai koefisien persepsi Lokasi ( $b_1$ ) adalah 0,140. Nilai koefisien persepsi Layout Fasilitas ( $b_2$ ) adalah 0,320. Berdasarkan nilai tersebut, maka persamaan regresi linier berganda persepsi Tata Letak ( $X_1$ ) dan persepsi Fasilitas ( $X_2$ ) secara bersama terhadap Daya Saing ( $Y$ ) yaitu:

$$\hat{Y} = 2,081 + 0,140 \text{ Lokasi} + 0,320 \text{ Layout Fasilitas}$$

Setelah didapat persamaan regresi ganda ( $X_1$ , dan  $X_2$  terhadap  $Y$ ), maka dapat dijelaskan persamaan tersebut yaitu sebagai berikut :

- a) Konstanta sebesar 2,081; artinya jika persepsi Lokasi ( $X_1$ ) dan persepsi Layout Fasilitas ( $X_2$ ) bernilai nol, maka Daya Saing ( $Y$ ) nilainya sebesar 2,081.
- b) Koefisien regresi variabel persepsi Lokasi ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,140; artinya jika persepsi Lokasi mengalami kenaikan 1, maka dapat diramalkan pengunjung Mall akan mengalami peningkatan sebesar 0,140. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara peran persepsi Lokasi dan Daya Saing Mall, maka semakin tinggi peran persepsi Lokasi akan semakin meningkatkan Daya Saing Rita Mall Tegal.
- (1) Koefisien regresi variabel peran persepsi Layout Fasilitas ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,320; artinya jika peran persepsi Layout Fasilitas mengalami kenaikan 1, maka dapat diramalkan pengunjung Mall mengalami peningkatan sebesar 0,320. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara persepsi Layout Fasilitas dan Daya Saing Mall maka semakin tinggi peran persepsi Layout Fasilitas maka semakin memudahkan Daya Saing Rita Mall Tegal.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Parsial)

Penggunaan uji t bertujuan menilai apakah variable independen memiliki dampak yang signifikan pada variable dependen. Dalam konteks penelitian ini, analisis uji t atau uji parsial digunakan sebagai penentu apakah masing-masing variable independent memiliki pengaruh terpisah terhadap hasil belajar ( $Y$ ). Keputusan diambil berdasarkan kriteria bahwa jika nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) akan

ditolak, dan hipotesis alternatif (Ha) akan diterima. Hasil uji t dapat ditemukan dalam Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.081	1.717		1.212	.230
	Lokasi	.140	.089	.208	1.969	.022
	Layout_Fasilitas	.320	.062	.684	5.155	.000

a. Dependent Variable: Daya\_Saing

Sumber : Data diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 hasil uji t, pengaruh variabel persepsi Lokasi dan persepsi Layout Fasilitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Persepsi Lokasi terhadap Daya Saing diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,969 > 1,661$  nilai sig. =  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif peran persepsi Lokasi terhadap Daya Saing Rita Mall Tegal.
- b) Persepsi fasilitas terhadap Daya Saing diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,155 > 1,661$  dengan nilai sig. =  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif peran persepsi Layout Fasilitas terhadap Daya Saing Rita Mall Tegal.

### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung. Dalam konteks ini, Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel persepsi Lokasi dan Layout Fasilitas secara bersama-sama memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi Daya Saing. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, bila diuji secara simultan. Ringkasan hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1301.094	2	650.547	96.166	.000 <sup>b</sup>
	Residual	405.890	60	6.765		
	Total	1706.984	62			

a. Dependent Variable: Daya\_Saing

b. Predictors: (Constant), Layout\_Fasilitas, Lokasi

Sumber : Data diolah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 3, hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 25 diperoleh  $t_{hitung}$  96,166 yang artinya lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $96,166 > 2,467$  dengan nilai sig. adalah 0,00 dengan kata lain nilai sig.  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat diartikan H3 diterima. Jadi, hipotesis ketiga adanya peran persepsi Lokasi dan persepsi Layout Fasilitas terbukti atau diterima, maka dapat disimpulkan terdapat peran positif persepsi Lokasi dan Layout Fasilitas secara simultan terhadap Daya Saing Rita Mall kota Tegal.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Fungsinya adalah untuk menilai sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Nilai R square yang terdapat dalam tabel Model Summary mencerminkan koefisien determinasi. Nilai koefisien korelasi dari kolom R Square pada output Model Summary dimasukkan ke dalam rumus derajat koefisien determinasi. Rumus yang digunakan adalah  $KP = R^2 \times 100\%$ , di mana KP mewakili nilai koefisien determinasi dan r melambangkan nilai koefisien korelasi. Informasi tentang nilai R square dapat ditemukan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.873 <sup>a</sup>	.762	.754	2.601	.762	96.166	2	60	.000

a. Predictors: (Constant), Layout\_Fasilitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Daya\_Saing

Sumber : Data diolah SPSS 25

Dari Tabel 4. Nilai Koefisien Korelasi pada kolom R Square sebesar 0,754. Dengan menggunakan rumus koefisien determinasi, kita dapat menghitung nilai derajat koefisien determinasi, yaitu  $KP = R^2 \times 100\% = 0,754 \times 100\% = 75,4\%$ . Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel persepsi Lokasi dan Layout Fasilitas berkontribusi sebesar 75,4 % terhadap daya saing, sedangkan sekitar 24,6 % sisanya dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

Peran Lokasi terhadap Daya Saing Rita Mall Tegal, hasil interview terhadap manajer dan bagian pemasaran serta survey konsumen, bahwa Lokasi Rita Mall di jalan kolonel Sugiono tidak menjadi masalah bagi para pengunjungnya. Karena lokasi Rita Mall yang dapat diakses dari berbagai sisi. Lokasi Rita Mall yang berada di lalu lintas cepat, untuk kenyamanan dan keamanan pengunjung disediakan akses pintu masuk melalui belakang melalui jalan Ruslani. Lokasi Rita Mall tidak menjadi kendala bagi mereka untuk berbelanja. Penentuan lokasi Rita Mall menurut manajer Rita Mall tidak menjadi kendala dalam meningkatkan jumlah pengunjung untuk berbelanja. Lokasi yang berada di jalan utama kota Tegal memudahkan konsumen dari arah barat dan timur untuk menjangkau mall. Organisasi dalam industri ritel dan jasa biasanya menilai volume lalu lintas dan kenyamanan sebagai faktor utama yang sangat penting, terutama untuk jenis bisnis tertentu. Bisnis ritel dan jasa memperhatikan faktor-faktor khusus ini karena sifat dari bisnis mereka atau kebutuhan pelanggan yang berbeda. Meskipun demikian, dalam konteks umum bisnis ritel cenderung memilih lokasi yang berdekatan dengan peritel lainnya (meskipun bukan pesaing langsung) karena adanya volume lalu lintas yang tinggi dan kenyamanan yang diberikan kepada pelanggan. Sebagai contoh, diler mobil sering kali cenderung ditempatkan berdekatan satu sama lain, begitu juga dengan restoran dan toko khusus yang sering kali ditempatkan di pusat perbelanjaan untuk memanfaatkan lalu lintas yang tinggi di are tersebut.

Peran Layout Fasilitas terhadap Daya Saing Rita Mall Tegal, hasil interview terhadap manajer dan bagian pemasaran serta survey konsumen, bahwa Manajer perusahaan dan bagian pemasaran selalu menata ulang layout fasilitas untuk memberikan kenyamanan dan konsumen tidak merasa bosan. Dilantai dasar adalah tempat parkir bagi mobil dan motor, lantai 1 adalah tempat berbelanja yang menyediakan semua kebutuhan sehari-hari konsumen, lantai 2 terdapat departemen store Rita Mall menyediakan tas, sepatu dan pakaian anak-anak sampai dewasa, diluar departemen store banyak gerai pakaian, toko buku dan restoran, lantai 3 masih departemen store khusus pakaian pria, dan bagian luar adalah toko buku, toko gerabah dan lain-lain, sementara lantai 4 adalah Pujasera yaitu restoran dan kafe yang menjadi pusat jajanan serta wahana permainan. Konsumen juga merasa nyaman dengan disediakan kursi-kursi apabila konsumen merasa lelah berbelanja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Christina Whidya Utami. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Dėbek, M., & Janda-Dėbek, B. (2015). Whose shopping malls and whose shopping streets? Person-environment fit in retail environments. *Polish Journal of Applied Psychology*, 13(4), 67-90. <https://doi.org/10.1515/pjap-2015-0043>
- Drezner, T. (2014). A review of competitive facility location in the plane. *Logistics Research*, 7(1), 114. <https://doi.org/10.1007/s12159-014-0114-z>

- Felicia, M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2020). *ANALISIS STRATEGI BERSAING USAHA MAL MILIK PT BATU MUTIARA INDAH*. 8.
- Gupta, A., Mishra, V., & Tandon, A. (2020). Assessment of Shopping Mall Customers' Experience through Criteria of Attractiveness in Tier-II and Tier-III Cities of India: An Exploratory Study. *American Business Review*, 23(1), 70–93. <https://doi.org/10.37625/abr.23.1.70-93>
- Khare, A., & Sarkar, S. (2021). Does Cultural Value Influence Consumers' Attitudes toward Mall Events? A Study on Indian Mall Shoppers. *Journal of International Consumer Marketing*, 33(5), 526–542. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1833269>
- Knego, N., Petljak, K., & Vouk, R. (2014). *LOCATION AND LAYOUT AS SOURCES OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMALL RETAILERS*. 8.
- Kovács, G. (2019). *Layout design for efficiency improvement and cost reduction*.
- Kurniawati, A., Nugroho, S., & Hariadi, M. (n.d.). *SIMULASI PERGERAKAN PENGUNJUNG MALL MENGGUNAKAN POTENTIAL FIELD*.
- Madavi, S., & Sangode, D. P. B. (2019). *Exploring the Influence of Facility Location on the Operations of Service Organizations*.
- Makgopa, S. (2016). Determining consumers' reasons for visiting shopping malls. *Innovative Marketing*, 12(2), 22–27. [https://doi.org/10.21511/im.12\(2\).2016.03](https://doi.org/10.21511/im.12(2).2016.03)
- Murdifin Haming, M. N. (2014). *Manajemen Produksi Modern—Operasi Manufaktur Dan Jasa* (3 Buku 1). Bumi Aksara.
- Nkaabu, C. G., Saina, E., & Bonuke, R. (n.d.). *EMOTIONAL EXPERIENCE AND PURCHASE INTENTION: A MODERATED MEDIATION OF STORE IMAGE AND UTILITARIAN VALUE*.
- Nurdin, H. (2020). *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima*. 1(2).
- Rambat Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa—Berbasis Kompetensi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Rosalina, S. S. (2018). STRATEGI PENENTUAN LOKASI GLOBAL PERUSAHAAN (STUDI KASUS DI STARBUCKS JAKARTA). *BISMA*, 12(2), 233. <https://doi.org/10.19184/bisma.v12i2.7893>
- Sadachar, A., & Fiore, A. M. (2018). The path to mall patronage intentions is paved with 4E-based experiential value for Indian consumers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(5), 442–465. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2017-0152>
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs*. 1(2).
- Saxena, R. P., & Al Hashemi, B. (2011). Importance of Location in Successful Retailing. *The International Journal of Knowledge, Culture, and Change Management: Annual Review*, 11(1), 37–60. <https://doi.org/10.18848/1447-9524/CGP/v11i01/49337>
- Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional, Hakeem, J. R., Priyanto, R., & Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional. (2019). Peramalan Jumlah Pengunjung Ciwangun Indah Camp Menggunakan Metode Moving Average Dan Exponential Smoothing. *Altasia : Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12–22. <https://doi.org/10.37253/altasia.v1i1.340>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Syoufa, A., & Hapsari, H. (n.d.). *PENGARUH POLA SIRKULASI PUSAT PERBELANJAAN MAL TERHADAP POLA PENYEBARAN PENGUNJUNG Studi kasus: Margocity, Depok*.
- William J. Stevenson, S. C. C. (n.d.). *Manajemen Operasi—Perspektif Asia* (9 Buku 1). Salemba Empat.

Willian J. Stevenson, S. C. C. (2014). *Manajemen Operasi—Perspektif Asia* (9 Buku 2). Salemba Empat.