

PENGARUH MANAJEMEN PROAKTIF TERHADAP KEPUASAN KUALITAS PELAYANAN– STUDI KASUS LIPPO MALL SIDOARJO

David Prayogo¹, Timoticin Kwanda² dan Jani Rahardjo³

¹ Mahasiswa Program Magister Teknik Sipil, Universitas Kristen Petra, Surabaya

^{2,3} Dosen Program Magister Teknik Sipil, Universitas Kristen Petra, Surabaya

¹ b21190014@john.petra.ac.id, ² cornelia@peter.petra.ac.id, ³ jani@petra.ac.id

ABSTRAK: Seiring dengan perkembangan pembangunan pusat perbelanjaan persaingan bisnis menjadi semakin meningkat. Salah satu variabel yang menjadi penentu adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Penerapan manajemen properti proaktif memungkinkan untuk memberi peningkatan dalam kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen proaktif terhadap kepuasan kualitas pelayanan berdasarkan reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik di Lippo Mall Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Data kuesioner yang diperoleh akan dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi berganda, uji kelayakan model, uji t, dan koefisien determinasi parsial. Responden dari penelitian ini merupakan seratus dua puluh pengunjung Lippo Mall Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan. Secara berurutan variabel manajemen proaktif yang mempengaruhi variabel kualitas pelayanan, yaitu empati, jaminan, bukti Fisik, kehandalan, dan daya tanggap.

Kata kunci: kualitas pelayanan, manajemen proaktif, pusat perbelanjaan

ABSTRACT: *Business competition within shopping centers is increasing. One of the determining variables is customer satisfaction. The application of proactive property management makes it possible to provide improvements in service quality. This study aims to analyze the effect of proactive management on service quality based on reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles at Lippo Mall Sidoarjo. The method used in this research is a questionnaire. The obtained questionnaire data will be analyzed through validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, multiple determination coefficient, model feasibility test, t test, and partial determination coefficient. The respondents of this study were one hundred and twenty visitors to Lippo Mall Sidoarjo. The results of the study show that there is a relationship between proactive management and service quality. The proactive management variables that influence the service quality variable are empathy, assurance, tangibles, reliability, and responsiveness.*

Keywords: *service quality, proactive management shopping center*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan investasi properti di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dikarenakan investasi properti memiliki permintaan pasar yang cukup besar yang didukung dengan kestabilan kondisi politik dan ekonomi di Indonesia. Salah satu investasi properti yang menjanjikan adalah pembuatan pusat perbelanjaan.

Seiring dengan perkembangan pembangunan pusat perbelanjaan di Sidoarjo persaingan bisnis yang ada juga semakin meningkat. Salah satu variabel penentu adalah kepuasan konsumen. Menurut Putra (2016), perbaikan kualitas yang tidak berdasarkan kebutuhan konsumen tidak akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Ketler, 2012).

Kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Menurut Marianah (2012) dalam Indrawati (2013), memberikan kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu strategi yang menghasilkan banyak pelanggan baru dan membuat kemungkinan kehilangan pelanggan menjadi lebih sedikit. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen (Tjiptono, 2012).

Penerapan manajemen properti proaktif memungkinkan untuk memberi peningkatan dalam kualitas pelayanan. Fasilitas manajemen dan kualitas yang diterima serta beberapa indikator kepuasan yang lain bisa dijadikan indikator dalam menerapkan manajemen proaktif untuk meningkatkan mengelola properti di Sidoarjo. Namun, belum ada penelitian yang meneliti mengenai tingkat pengaruh manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan. Pada penelitian ini dilakukan analisa pengaruh manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan studi kasus di Lippo Mall Sidoarjo.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Manajemen Proaktif

2.1.1. Pengertian Manajemen Proaktif

Menurut Crant (2000) dalam Deviyanti & Sasono (2015) manajemen proaktif adalah perilaku dimana seseorang bersedia mengambil inisiatif dalam memperbaiki kondisi saat ini atau menciptakan suatu hal baru, yang melibatkan tantangan mendobrak kondisi *status quo*, daripada secara pasif beradaptasi dengan kondisi sekarang. Berbeda dengan reaktif manajemen yang berarti berlawanan dengan manajemen proaktif. Perbedaan antara reaktif dan proaktif terlihat jelas pada cara memandang lingkungan. Manajer reaktif akan memandang lingkungan sebagai ancaman, sedangkan manajer proaktif akan memandang lingkungan sebagai peluang (Taan, 2010). Dapat disimpulkan bahwa pelayanan manajemen proaktif di pusat perbelanjaan merupakan sikap inisiatif dari manajemen dalam melayani konsumen di pusat perbelanjaan. Pendekatan proaktif menurut Flores-Colen & Brito (2010) merupakan strategi manajemen yang terdiri dari 3 hal yaitu pencegahan (preventif), prediktif dan *improvement*.

2.1.2. Manajemen Proaktif Pusat Perbelanjaan

Manajemen pusat perbelanjaan terdiri dari tujuh bagian (Husni, 2010), yaitu kontrak manajemen (*management contract*), manajemen pengambilan tanggung jawab (*taking over management* (T.O. Management), pemasaran dan negosiasi persewaan (*marketing and lease negotiation*), pemeliharaan dan manajemen gedung (*maintenance and building management*), manajemen persewaan (*lease management*), manajemen keuangan (*financial management*), dan manajemen sistem informasi (*information system management*). Manajemen proaktif pada pusat perbelanjaan dituntut untuk dapat menemukan, mengidentifikasi, dan memahami kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen. Dalam penelitian ini lebih lanjut akan dibahas mengenai manajemen pusat perbelanjaan yang terkait dengan proaktif, yaitu divisi pemeliharaan dan manajemen gedung (*maintenance and building management*).

2.2. Kualitas Pelayanan Pusat Perbelanjaan

2.2.1. Pengertian Konsumen

Menurut Undang - Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2 Nomor 8 Tahun 1999, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Secara sederhana, konsumen merupakan seseorang yang membayar untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Dalam penelitian ini, konsumen adalah semua orang yang mengunjungi suatu pusat perbelanjaan, baik yang melakukan pembelian maupun tidak dalam kunjungannya.

2.2.2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Cahyani (2016), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan 3 orientasi yaitu persepsi pelanggan, produk atau jasa dan proses (Ratnasari dan Aksa, 2011 dalam Cahyani, 2016). Kualitas pelayanan sendiri menurut Tjiptono (2012) adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen.

Menurut Tjiptono (2012) Kualitas pelayanan memiliki lima faktor yang dapat mengukur kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Empati (*empathy*), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

3. METODE PENELITIAN

Studi literatur dilakukan terlebih dahulu guna mencari informasi yang dibutuhkan dalam melakukan penulisan. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari tingkat pengaruh manajemen proaktif terhadap kepuasan kualitas pelayanan.

Terdapat enam pusat perbelanjaan di Sidoarjo yang menjadi populasi dalam penelitian, yaitu *Suncity Mall*, Lippo Plaza Sidoarjo, Transmart, City of Tomorrow, Matahari *Department Store* dan Ramayana *Mall* Sidoarjo. Pada penelitian ini Lippo *Mall* Sidoarjo menjadi sampel yang mewakili populasi penelitian, dikarenakan merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar dan teramai yang berada di Sidoarjo, Jawa Timur. Pusat perbelanjaan yang berdiri sejak 2012 ini terdiri dari tiga lantai.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hubungan sebab akibat antara dua indikator atau lebih yang diteliti. Populasi dalam penelitian adalah konsumen pusat perbelanjaan di Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data dengan penyebaran kuesioner. Responden akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada lembar kuesioner. Kuesioner akan memiliki dua kategori yaitu menguji apakah variabel x didapatkan oleh konsumen dan apakah dengan adanya variabel y dapat membuat konsumen merasa puas.

Pengambilan data dilakukan setiap akhir pekan pada hari Sabtu-Minggu. Peneliti melakukan pengambilan data secara langsung dan acak pada lokasi studi kasus penelitian, yaitu Lippo *Mall* Sidoarjo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang merupakan pengunjung di Lippo *Mall* Sidoarjo. Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak terbatas atau tidak teridentifikasi. Sehingga jumlah responden penelitian ditentukan 120 (seratus dua puluh) dengan menggunakan rumus Cochran.

3.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen adalah manajemen proaktif. Variabel dependen adalah kepuasan kualitas pelayanan. Indikator empirik pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Putra, 2016) :

3.1.1. *Reliability* (X_1)

Pelayanan cepat dan tepat sasaran, prosedur pelayanan mudah (tidak berbelit), penyelesaian masalah sesuai dengan waktu yang dijanjikan, penyampaian informasi jelas dan mudah dimengerti.

3.1.2. *Responsiveness* (X_2)

Cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen, penyelesaian keluhan dengan santun dan akurat, kesediaan membantu penyelesaian masalah, mampu bekerjasama dalam *teamwork*.

3.1.3. Tangibles (X3)

Ruang *display* representatif nyaman, ruang tunggu yang nyaman dan memadai, penampilan karyawan yang rapi dan menarik, administrasi pembayaran yang cepat dan akurat.

3.1.4. Assurance (X4)

Karyawan yang selalu bersikap ramah dan sabar, jaminan kualitas sesuai merek dan kualitas produk, kemampuan menumbuhkan rasa aman dan percaya diri, keakuratan dalam setiap pelayanan administrasi pembayaran.

3.1.5. Empathy (X5)

Kemampuan manajemen memahami kebutuhan dan harapan, kemampuan manajemen menjalin komunikasi dengan baik, pemberian perhatian khusus kepada setiap keluhan nasabah, kesungguhan manajemen memperhatikan setiap kepentingan.

3.2. Teknik Analisis Data

3.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap pertanyaan pada kuesioner. Menurut Santoso (2009) dalam Cahyani & Sitohang (2016), bahwa validitas dalam penelitian diartikan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur peneliti tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada kemampuan atau tidak alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki. Jika butir-butir sudah valid berarti butir tersebut sudah bisa untuk mengukur indikatornya. Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r hitung atau r hasil $> r$ tabel maka item indikator disimpulkan valid, di mana r merupakan tingkat validitas suatu data. Nilai r tabel adalah sebuah tabel yang umumnya digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian. Nilai r tabel didapatkan dengan menentukan jumlah sampel dan persentase tingkat signifikan yang diharapkan yang dapat didapatkan dalam penelitian Janna & Herianto (2021).

3.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2009) dalam Cahyani & Sitohang (2016) menyatakan bahwa reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* apabila jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara one shot method atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau indikator dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

3.2.3. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, indikator pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*normal*

probability plot) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012). Menurut Santoso (2009) dalam Cahyani dan Sitohang (2016) dasar pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut: (1) Nilai Probabilitas $> 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal. (2) Nilai Probabilitas $< 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

3.2.4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar indikator bebas (independen). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur indikator independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh indikator independen lainnya. Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* < 1 atau sama dengan nilai *VIF* < 10 (Ghozali, 2012).

3.2.5. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah O pada Y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas (Ghozali, 2012).

3.2.6. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2012) dalam Sefriady dan Iskandar (2018), analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) indikator dependen (kriterium), bila dua atau lebih indikator independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Menurut Yuliara (2016), regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu indikator tak bebas/*response* (Y) dengan dua atau lebih indikator bebas/*predictor* ($X_1, X_2, \dots, X_n$). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai indikator tak bebas/*response* (Y) apabila nilai-nilai indikator bebasnya/*predictor* ($X_1, X_2, \dots, X_n$) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimana arah hubungan indikator tak bebas dengan indikator-indikator bebasnya.

3.2.7. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi berganda yang dapat dilambangkan R^2 bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh indikator-indikator X_1 dan X_2 terhadap indikator Y. Penjelasan mengenai indikator X_1, X_2 , dan Y dapat dilihat pada sub-bab 3.1.

Apabila r^2 bernilai 0, maka dalam model persamaan regresi yang terbentuk, variasi indikator tak bebas Y tidak sedikitpun dapat dijelaskan oleh variasi indikator-indikator bebas X_1 dan X_2 . Apabila r^2 bernilai 1, maka dalam model persamaan regresi yang terbentuk, variasi indikator tak bebas Y dapat dijelaskan oleh variasi indikator-indikator bebas X_1 dan X_2 . Menurut Sugiyono (2010) dalam Cahyani & Sitohang (2016) kriteria pengujian koefisien korelasi dapat terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria pengujian koefisien korelasi

Interval	Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,499	Cukup Lemah
0,500 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2010) dalam Cahyani & Sitohang (2016)

3.2.8. Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji kelayakan model digunakan untuk menguji pengaruh dari indikator manajemen proaktif secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, digunakan Uji F dengan menggunakan taraf signifikan atau α sebesar 5%. Adapun kriteria pengujian secara simultan dengan tingkat *level of signifikan* $\alpha = 5\%$ yaitu sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $\alpha > 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak. (2) Jika nilai signifikansi $\alpha \leq 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak.

3.2.9. Uji t

Uji statistik t untuk mengetahui pengaruh masing-masing indikator independen terhadap indikator dependen, pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu indikator penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi indikator dependen. Adapun kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat *level of signifikan* atau α sebesar 5%. Jika hasil uji t $> 0,05$ maka ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara indikator bebas terhadap indikator terikat yaitu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Jika nilai hasil uji t $< 0,05$ maka ditolak, berarti ada pengaruh secara parsial antara indikator bebas terhadap indikator terikat yaitu mempunyai pengaruh yang signifikan (Morissan, 2012).

3.2.10. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi dari masing-masing indikator bebas terhadap indikator terikat secara individu (parsial). Menurut Mulyono (2008) dalam Cahyani & Sitohang (2016), koefisien determinasi parsial yaitu melihat nilai correlation partial pada hasil pengujian SPSS, apabila berada antara 0 dan 1 ($0 \leq 1$), berarti: (1) Pengaruh kuat apabila = 1 atau mendekati 1 (semakin besar nilai), artinya bahwa pengaruh indikator bebas terhadap indikator terikat adalah kuat sehingga akan memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap indikator terikat. (2) Pengaruh lemah apabila mendekati 0 (semakin kecil nilai r^2), artinya bahwa pengaruh indikator bebas terhadap indikator terikat hampir dikatakan

tidak ada atau tidak memberikan pengaruh yang dominan terhadap indikator terikat. Koefisien determinasi parsial dilambangkan sebagai r^2 .

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan melibatkan konsumen di Lippo Mall Sidoarjo. Konsumen yang dimaksud adalah semua orang yang mengunjungi Lippo Mall Sidoarjo, baik yang melakukan pembelian maupun tidak dalam kunjungannya. Pada penelitian ini, konsumen mengisi kuesioner perbandingan yang menyatakan pengaruh manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan di Lippo Mall Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan, yaitu Maret 2023 – Mei 2023. Selanjutnya hasil dari kuesioner akan diuji dan diolah

4.2. Hasil Pengisian Kuesioner

Hasil kuesioner dirata-rata pada setiap indikator. Pengolahan data menunjukkan bahwa konsumen di Lippo Mall Sidoarjo menyadari bahwa faktor-faktor pada kuesioner terdapat pada Lippo Mall Sidoarjo dan merasa puas dengan adanya faktor-faktor manajemen proaktif yang mempengaruhi kualitas pelayanan di Lippo Mall Sidoarjo. Hal ini dapat terlihat dari rata-rata kuesioner dari seratus dua puluh responden memiliki nilai lebih dari tiga.

4.3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada dua variabel penelitian, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen adalah manajemen proaktif. Variabel dependen adalah kualitas pelayanan.

Hasil uji validitas yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel x dan variabel y pada penelitian valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung atau r hasil $> r$ tabel. Jumlah sampel pada penelitian adalah seratus dua puluh sampel. Tingkat signifikan pada penelitian sebesar 5%. Disimpulkan berdasarkan nilai r tabel adalah sebesar 0,176. Hasil nilai r hitung pada masing-masing faktor menunjukkan nilai lebih dari 0,176.

4.4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau indikator dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas variabel x dapat terlihat pada Tabel 2. dan variabel y dapat terlihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas variabel X

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kesimpulan
Reliability (X1)	0.711	Reliabel
Responsiveness (X2)	0.694	Reliabel
Tangibles (X3)	0.601	Reliabel
Assurance (X4)	0.681	Reliabel
Empathy (X5)	0.805	Reliabel

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas variabel Y

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kesimpulan
Reliability (Y1)	0.724	Reliabel
Responsiveness (Y2)	0.766	Reliabel
Tangibles (Y3)	0.608	Reliabel
Assurance (Y4)	0.763	Reliabel
Empathy (Y5)	0.786	Reliabel

Hasil uji reliabilitas terhadap semua faktor pada masing-masing indikator x pada Tabel 2. dan indikator y pada Tabel 3. menunjukkan nilai *cronbach alpha* > 0,6. Hal ini berarti hasil kuesioner yang diperoleh termasuk reliabel. Reliabel berarti semua data responden memiliki tingkat konsistensi yang baik.

4.5. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*normal probability plot*) Menurut Santoso (2009) dalam Cahyani dan Sitohang (2016) dasar pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut: (1) Nilai Probabilitas > 0,05, maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal. (2) Nilai Probabilitas < 0,05, maka hal ini berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas dilakukan pada dua variabel, yaitu variabel x dan variabel y yang dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai probabilitas atau yang disebut dengan Sig. pada program > 0,05. Hal ini berarti bahwa data kuesioner yang diambil terdistribusi normal.

Tabel 4. Uji normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Simpulan	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.		Statistic	df	Sig.
X_AVG	,064	120	,200*	Normal	,981	120	,089
Y_AVG	,081	120	,051	Normal	,971	120	,012

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

4.6. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar indikator bebas (independen). Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance < 1 atau sama dengan nilai *VIF* < 10 (Ghozali, 2012).

Pengujian multikolomieritas dilakukan terhadap variabel X1 rata-rata terhadap Y rata-rata, X2 rata-rata terhadap Y rata-rata, X3 rata-rata terhadap Y rata-rata, X4 rata-rata terhadap Y rata-rata, dan X5 rata-rata terhadap Y rata-rata.

Hasil uji multikolinieritas dapat terlihat pada Tabel 5. Pada hasil pengujian ditemukan bahwa nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai *VIF* kurang dari 10. Melalui hasil ini dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel X.

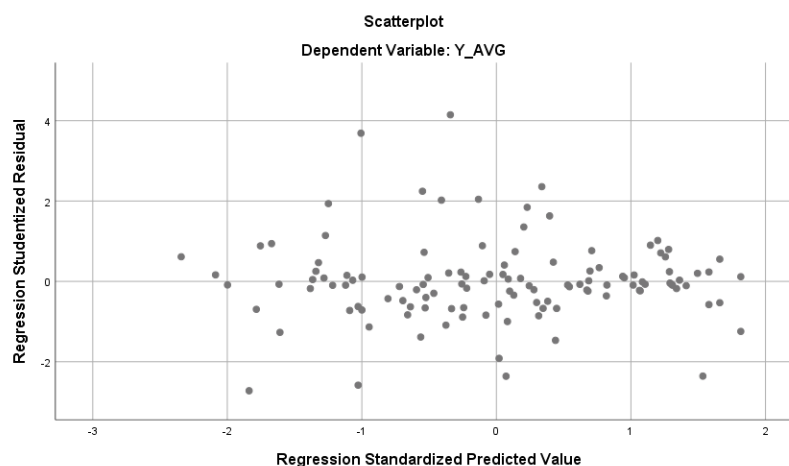
Tabel 5. Hasil uji multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	,072	,143		,504	,615		
	X1_AVG	,161	,037	,183	4,312	,000	,551	1,814
	X2_AVG	,176	,043	,202	4,096	,000	,410	2,438
	X3_AVG	,165	,036	,181	4,564	,000	,629	1,589
	X4_AVG	,259	,045	,281	5,785	,000	,420	2,380
	X5_AVG	,221	,026	,338	8,542	,000	,633	1,580

a. Dependent Variable: Y_AVG

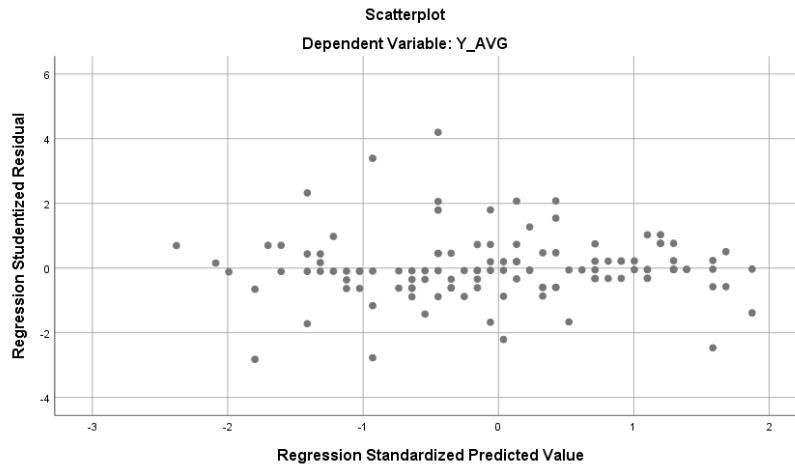
4.7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, atau memiliki varian berbeda yang disebut heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2012).



Gambar 1. Hasil uji heteroskedastisitas variabel X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total

Pada Gambar 1. dapat terlihat bahwa *scatterplot* membentuk pola acak sehingga tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada variabel x rata-rata total terhadap y rata-rata total tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil uji heteroskedastisitas X rata-rata total terhadap Y rata-rata total

4.8. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai indikator tak bebas/*response* (Y) apabila nilai-nilai indikator bebasnya/*predictor* (X1, X2,...,Xn) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimana arah hubungan indikator tak bebas dengan indikator-indikator bebasnya. Analisis regresi linier berganda dilakukan terhadap variabel X1 rata-rata terhadap Y rata-rata, X2 rata-rata terhadap Y rata-rata, X3 rata-rata terhadap Y rata-rata, X4 rata-rata terhadap Y rata-rata, dan X5 rata-rata terhadap Y rata-rata yang dapat dilihat pada Tabel 6. Persamaan linier yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Kepuasan (Y)} = & 0,072 + 0,161 \text{ Reliability}(X1) + 0,176 \text{ Responsiveness}(X2) \\ & + 0,165 \text{ Tangible}(X3) + 0,259 \text{ Assurance}(X4) + 0,221 \text{ Empathy}(X5) \end{aligned} \quad (1)$$

Tabel 6. Hasil analisis uji regresi X1-X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,072	,143		,504	,615
	X1_AVG	,161	,037	,183	4,312	,000
	X2_AVG	,176	,043	,202	4,096	,000
	X3_AVG	,165	,036	,181	4,564	,000
	X4_AVG	,259	,045	,281	5,785	,000
	X5_AVG	,221	,026	,338	8,542	,000

a. Dependent Variable: Y_AVG

Hasil analisis uji regresi X rata-rata terhadap Y rata-rata dapat terlihat pada Tabel 7. Hasil persamaan yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan (Y)} = 0,046 + 0,992 \text{ Penerapan (X)} \quad (2)$$

Tabel 7. Hasil analisis uji regresi X rata-rata terhadap Y rata-rata

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,046	,135		,336	,737
	X_AVG	,992	,033	,940	29,796	,000
a. Dependent Variable: Y_AVG						

4.9. Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi berganda bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh indikator-indikator X_1 dan X_2 terhadap indikator Y. Apabila r^2 bernilai 0, maka dalam model persamaan regresi yang terbentuk, variasi indikator tak bebas Y tidak sedikitpun dapat dijelaskan oleh variasi indikator-indikator bebas X_1 dan X_2 . Apabila r^2 bernilai 1, maka dalam model persamaan regresi yang terbentuk, variasi indikator tak bebas Y dapat dijelaskan oleh variasi indikator-indikator bebas X_1 dan X_2 .

Tabel 8. Hasil analisis uji regresi X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,882	,18780

a. Predictors: (Constant), X5_AVG, X1_AVG, X3_AVG, X4_AVG, X2_AVG
b. Dependent Variable: Y_AVG

Tabel 8. menunjukkan hasil analisis uji regresi X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total. Berdasarkan data diatas, hasil nilai R Square yang muncul adala 0,887 artinya 88,7% variabel Kepuasan (Y) dapat dipengaruhi oleh secara bersamaan oleh *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Tangible* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5). Skor ini masuk dalam kategori sangat kuat.

Tabel 9. Hasil analisis uji regresi X rata-rata total terhadap Y rata-rata total

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,940 ^a	,883	,882	,18791

a. Predictors: (Constant), X_AVG
b. Dependent Variable: Y_AVG

Tabel 9. menunjukkan hasil analisis uji regresi x rata-rata total terhadap y rata-rata total. Berdasarkan data diatas, hasil nilai *R Square* yang muncul adala 0,883 artinya 88,3% variabel Kepuasan (Y) dapat dipengaruhi oleh Penerapan (X). Skor ini masuk dalam kategori sangat kuat.

4.10. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model digunakan untuk menguji pengaruh dari indikator manajemen proaktif secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, digunakan Uji F dengan menggunakan taraf signifikan 5%. Adapun kriteria pengujian secara simultan dengan tingkat level of signifikan $\alpha = 5\%$ yaitu sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak. (2) Jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak. Tabel 10. merupakan hasil analisis uji kelayakan model X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap y rata-rata total. Tabel 11. merupakan hasil analisis uji kelayakan model x rata-rata total terhadap y rata-rata total.

Tabel 10. Hasil analisis uji kelayakan model X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,495	5	6,299	178,608	,000 ^b
	Residual	4,021	114	,035		
	Total	35,516	119			

a. Dependent Variable: Y_AVG

b. Predictors: (Constant), X5_AVG, X1_AVG, X3_AVG, X4_AVG, X2_AVG

Berdasarkan data pada Tabel 10., hasil sig menunjukkan angka 0,000 ; angka tersebut berada dibawah 0,05 sehingga *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Tangible* (X3), *Assurance* (X4), dan (X5) memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan (Y).

Tabel 11. Analisis uji kelayakan model X rata-rata total terhadap Y rata-rata total

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,349	1	31,349	887,818	,000 ^b
	Residual	4,167	118	,035		
	Total	35,516	119			

a. Dependent Variable: Y_AVG

b. Predictors: (Constant), X_AVG

Berdasarkan data diatas, hasil sig menunjukkan angka 0,000 ; angka tersebut berada dibawah 0,05 sehingga Penerapan (X) memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan (Y).

4.11. Uji t

Uji statistik t untuk mengetahui pengaruh masing-masing indikator independen terhadap indikator dependen, pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu indikator penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi indikator dependen. Adapun kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat level of signifikan $\alpha = 5\%$. Jika hasil uji $t > 0,05$ maka ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara indikator bebas terhadap indikator terikat yaitu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Tabel 12. merupakan uji t X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total. Tabel 13. merupakan hasil uji t x rata-rata total terhadap y rata-rata total.

Tabel 12. Hasil uji t X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Kesimpulan
		Unstandardized Coefficients					
		B	Std. Error				
1	(Constant)	,072	,143		,504	,615	
	X1_AVG	,161	,037	,183	4,312	,000	Ada pengaruh
	X2_AVG	,176	,043	,202	4,096	,000	Ada pengaruh
	X3_AVG	,165	,036	,181	4,564	,000	Ada pengaruh
	X4_AVG	,259	,045	,281	5,785	,000	Ada pengaruh
	X5_AVG	,221	,026	,338	8,542	,000	Ada pengaruh

a. Dependent Variable: Y_AVG

Tabel 13. Hasil uji t X rata-rata total terhadap Y rata-rata total

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Kesimpulan
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,046	,135		,336	,737	Ada pengaruh
	X_AVG	,992	,033	,940	29,796	,000	

a. Dependent Variable: Y_AVG

Hasil uji t X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total pada Tabel 12. menunjukkan bahwa nilai $sig < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh antar variabel x secara parsial terhadap variabel y. Hasil uji t x rata-rata total terhadap y rata-rata total pada Tabel 13. menunjukkan bahwa nilai $sig < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh antar variabel x terhadap variabel y.

4.12. Koefisien Determinasi Parsial

Hasil analisis uji koefisien determinasi parsial X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total dapat terlihat pada Tabel 14. Pengaruh lemah apabila mendekati 0 (semakin kecil nilai r^2), artinya bahwa pengaruh indikator bebas terhadap indikator terikat hampir dikatakan tidak ada atau tidak memberikan pengaruh yang dominan terhadap indikator terikat.

Tabel 14. Hasil analisis uji koefisien determinasi parsial X1 rata-rata sampai X5 rata-rata terhadap Y rata-rata total

Coefficients^a										
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Correlations</i>			<i>Koefisien Determinasi Parsial</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Zero - order</i>	<i>Partial</i>	<i>Part</i>	<i>R square</i>	<i>%</i>
1 (Constant)	0,072	0,143		0,504	0,615					
X1_AVG	0,161	0,037	0,183	4,312	0	0,695	0,374	0,136	0,01850	1,850 %
X2_AVG	0,176	0,043	0,202	4,096	0	0,787	0,358	0,129	0,01664	1,664 %
X3_AVG	0,165	0,036	0,181	4,564	0	0,666	0,393	0,144	0,02074	2,074 %
X4_AVG	0,259	0,045	0,281	5,785	0	0,805	0,476	0,182	0,03312	3,312 %
X5_AVG	0,221	0,026	0,338	8,542	0	0,755	0,625	0,269	0,07236	7,236 %
a. Dependent Variable: Y_AVG										

Pada Tabel 14. dapat terlihat bahwa kelima variabel x memiliki pengaruh pada variabel y. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel X5 yang merupakan indikator empati (*empathy*) memiliki tingkat pengaruh paling tinggi dalam manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan. Secara berurutan urutan pengaruh tertinggi, yaitu X5 (*Empathy*), X4 (*Assurance*), X3 (*Tangibles*), X1 (*Reliability*), dan X2 (*Responsiveness*).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara manajemen proaktif dengan kepuasan kualitas pelayanan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh manajemen proaktif terhadap kepuasan kualitas pelayanan di Lippo Mall Sidoarjo. Secara berurutan urutan faktor-faktor manajemen proaktif dengan pengaruh tertinggi, yaitu empati (X5), jaminan (X4), bukti fisik (X3), kehandalan (X1), dan daya tanggap (X2).

Faktor empati (*empathy*) terdiri dari empat indikator, yaitu fasilitas untuk disabilitas, musholla, dan tempat menyusui, petugas manajemen mall dapat mudah ditemui di setiap lantai, manajemen mall bersedia membantu konsumen yang kesulitan, dan terdapat papan petunjuk

letak toko, toilet, lokasi parkir, dan lokasi penting lainnya. Indikator dengan tingkat kepuasan terendah pada empati adalah manajemen *mall* bersedia membantu konsumen yang kesulitan.

Faktor jaminan (*assurance*) terdiri dari empat indikator, yaitu manajemen Pusat perbelanjaan memberikan senyuman terhadap konsumen, *tenant* pusat perbelanjaan memberikan jaminan atas kualitas barang/jasa yang dibeli, manajemen *mall* tidak memberikan rasa nyaman dan aman kepada konsumen, barang/jasa di *tenant* Pusat perbelanjaan dibayar sesuai dengan struk pembelian. Indikator dengan tingkat kepuasan terendah pada jaminan adalah manajemen pusat perbelanjaan memberikan senyuman terhadap konsumen.

Faktor bukti fisik (*tangibles*) terdiri empat indikator, yaitu pusat perbelanjaan memiliki tempat *customer service* yang mudah ditemukan, terdapat *sitting area* yang nyaman pada area belanja, manajemen pusat perbelanjaan menggunakan pakain yang rapi (tidak menggunakan pakaian robek-robek, terbuka, dsb), dan setiap pembelian di *tenant* pusat perbelanjaan akan mendapatkan struk/nota pembelian. Indikator dengan tingkat kepuasan terendah pada bukti fisik adalah terdapat *sitting area* yang nyaman pada area belanja.

Menurut hasil penelitian mengenai pengaruh manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan studi kasus Lippo Mall Sidoarjo, penulis dapat memberikan beberapa saran. Pihak manajemen Lippo Mall diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan jumlah dari *sitting area* bagi pelanggan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan lebih spesifik mengenai masing-masing faktor yang mempengaruhi manajemen proaktif terhadap kualitas pelayanan dengan studi kasus pada tempat yang lebih luas

6. DAFTAR REFERENSI

- Cahyani, F.G., & Sitohang, S. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3)
- Cahyani, M. N., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). "Uji Validitas dan Reliabilitas terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian". *Information System for Educatos and Professionals*, 1(1), 21-34.
- Deviyanti, A.D., & Sasono, A.D. (2015). "Pengaruh Sumber Daya Pekerjaan (Job Resources) dengan Ketertarikan Kerja (Work Engagement) sebagai Mediator terhadap Perilaku Proaktif (Studi pada Karyawan PT. RGA International Indonesia)". *Jurnal Ilmu Manajemen MAGISTRA*, 1(1), 16-30.
- Esther, O. T. (2010). *The Service Quality Approach to Occupiers Satisfaction in Rental Housing*.
- Flores-Colen, I., & Brito, J. De. (2010). "Discussion of Proactive Maintenance Strategies in Façades' Coatings Of Social Housing". *Journal of Building Appraisal*, 5(3), 223–240. <https://doi.org/10.1057/jba.2009.21>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro.
- Husni. (2010). *Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Raja Grafindo.
- Indrawati, A.D. (2013). "Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Swasta di Kota Denpasar". *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 7(2), 135-142
- Janna, N., & Herianto. (2021). "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS". *Hikmah*, 1(1).

- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga
- Putra, N. P. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Sport Station di Mall Paragon*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Morissan, M.A. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Edisi Pertama. Kencana.
- Sefriady, D. F., & Iskandar, D.A. (2018). "Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Biro Organisasi dan Kepegawaian Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan". *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 2(1), 57-68
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Edisi 13. Alfabeta
- Taan, Hapsawati. (2010). "Peran Riset Pemasaran dalam Pengambilan Keputusan Manajemen". *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 89-97
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Jasa*. Bayumedia Publishing.