

## INTISARI

Peningkatan jumlah penduduk yang sejahtera berdampak pada peningkatan kebutuhan dan konsumsi masyarakat di kota Surabaya. Peningkatan tersebut menjadi salah satu faktor peningkatan jumlah pusat perbelanjaan seperti *Mall* di Surabaya sehingga persaingan pada usaha di bidang *Mall* semakin ketat. Menanggapi hal tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya perbedaan sikap pengunjung terhadap atribut *Mall* di pusat perbelanjaan *Galaxy Mall* berdasarkan gender dan usia di kota Surabaya.

Pengolahan data terhadap 130 kuesioner dilakukan dengan menghitung nilai *mean*, *standar deviasi*, *minimum* dan *maximum*. Pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji ANOVA untuk menguji perbedaan sikap konsumen terhadap atribut *Mall* pada pusat perbelanjaan di *Galaxy Mall* berdasarkan gender dan usia. Uji *post-hoc* juga digunakan untuk menganalisis perbedaan sikap konsumen terhadap atribut *Mall* berdasarkan usia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa jenis kelamin dan usia konsumen memainkan peranan penting dalam menentukan sikap konsumen terhadap atribut *Mall* di pusat perbelanjaan *Galaxy Mall* Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut *Mall* di pusat perbelanjaan *Galaxy Mall* Surabaya berdasarkan gender pada dimensi *aesthetics*. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut *Mall* di pusat perbelanjaan *Galaxy Mall* Surabaya berdasarkan usia pada dimensi *aesthetics* dan *exploration*, dimana pada dimensi *aesthetics Mall* dianggap memiliki desain, warna, tekstur, pencahayaan ruang, dan dekorasi interior yang menarik perhatian konsumen. Sedangkan pada dimensi *exploration Mall* dianggap menarik untuk dikunjungi karena banyaknya variasi produk yang ditawarkan untuk konsumen pada toko-toko di pusat perbelanjaan *Galaxy Mall*.

Kata Kunci : Sikap konsumen, atribut *Mall*, gender

## **ABSTRACT**

*The improvement number of prosperous people in Surabaya city, impact on increasing demand and consumption. The increase was one of the factors the increasing number of shopping centre like a Mall in Surabaya that increased competition on Mall business. Responding to this phenomenon, this research done to understand the differences in consumer attitudes on Mall attributes by gender and age in Surabaya city.*

*130 questionnaires to the data processing is done by calculating the mean value, standard deviation, minimum and maximum. Testing of the hypothesis is done by using ANOVA to test for differences in consumer attitudes towards attributes Mall at the Galaxy Mall shopping center on gender and age. Post-hoc test was also used to analyze differences in consumer attitudes towards attributes Mall based on age. The test results showed that the sex and age of the consumer plays an important role in determining consumer attitudes toward attributes in the shopping center Mall Galaxy Mall Surabaya.*

*The results showed there were significant differences in the attributes in the shopping center Mall Galaxy Mall Surabaya based on the gender dimensions of aesthetics. The results also showed that there are significant differences in the attributes in the shopping center Mall Galaxy Mall Surabaya age based on the dimensions of aesthetics and exploration, where the dimensions of aesthetics Mall is considered to have the design, color, texture, lighting, and interior decoration which attract the attention of consumers. While the dimensions of exploration Mall is considered interesting to visit because of the variety of products offered to consumers at stores in shopping malls Galaxy Mall.*

*Keywords : Consumer attitudes, Mall attributes, gender*