

## Strategi Peningkatan Minat Kunjung Ulang: Kajian Lokasi dan Fasilitas Metro Indah Mall

**Suprpto**

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, STIE Tridharma  
e-mail: suprpto90@gmail.com

---

### Article History:

Received: 26 Juli 2024

Revised: 29 Agustus 2024

Accepted: 30 Agustus 2024

**Abstract:** Sebagai mal yang ada di Kota Bandung, Metro Indah Mall memiliki lokasi yang strategis dan fasilitas yang lengkap. Hal ini ditunjang oleh lokasi Metro Indah Mall yang mudah diakses oleh masyarakat baik menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Selain itu hal yang menunjang lainnya adalah fasilitas yang cukup lengkap dan layak untuk digunakan oleh pengunjung. Namun jumlah pengunjung yang berkunjung ke Metro Indah Mall beberapa tahun ini sangat sedikit. Tujuan pelaksanaan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Lokasi dan Fasilitas dalam menentukan Minat Kunjung Ulang masyarakat ke Metro Indah Mall. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif-verifikatif. Populasi dalam adalah masyarakat yang pernah berkunjung ke Metro Indah Mall tetapi tidak berkunjung ulang. Sebanyak 116 sampel responden diperoleh dengan rumus sampel Wibisono. Dapat disimpulkan bahwa lokasi dan fasilitas mempengaruhi minat kunjung ulang.

**Keywords:** Lokasi, Fasilitas, Minat Kunjung Ulang, Metro Indah Mall

---

*Correspondence author: Suprpto, suprpto90@gmail.com, Bandung, Indonesia*

## PENDAHULUAN

Bandung merupakan daerah yang sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satu perkembangan yang terjadi adalah perkembangan pembangunan letak tata kota, pariwisata dan ekonomi. Salah satu kegiatan rutin yang dilakukan masyarakat adalah berbelanja, tingkat keinginan berbelanja berbeda-beda tergantung pada keinginan, kebutuhan daya beli konsumen. Tujuan utama berbelanja adalah untuk membeli perlengkapan kebutuhan hidup mau dirumah ataupun diluar rumah, mulai dari sandang, pangan dan papan untuk dipakai pribadi atau dipakai bersama. Metro Indah Mall adalah mal tetapi pengunjung Metro Indah Mall mengalami sepi pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari data pengunjung Metro Indah Mall dari tahun 2019-2022 dan dari hasil penyebaran kuesioner pra-survey kepada masyarakat dengan jumlah responden sementara enam puluh orang melalui Google Form.



Gambar 1. Data Pengunjung Metro Indah Mall

Saat ini lokasi menjadi salah satu faktor yang penting bagi para konsumen di dalam memilih tempat untuk mengkonsumsi suatu produk. Fasilitas juga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum mereka datang atau mengunjungi mal tertentu. Pada saat ini lokasi dan peranan fasilitas menjadi sangat penting karena ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli kebutuhan tetapi sebagai kegiatan mengisi waktu luang, hiburan atau rekreasi. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Suatu gejala akan sangat strategis dan mempunyai nilai guna yang tinggi jika terletak pada lokasi yang menguntungkan (Batubara & Putri, 2022).

Selain lokasi, fasilitas juga sangat berpengaruh dalam menentukan minat konsumen untuk berkunjung ke suatu tempat termasuk ke suatu mal. Fasilitas adalah segala sesuatu yang berbentuk benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha tertentu. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Ardiansyah & Ratnawili, 2021). Fasilitas yang dimiliki oleh Metro Indah Mall cukup lengkap termasuk infrastruktur yang dimiliki oleh Metro Indah Mall mulai dari eskalator, lift, sampai toilet yang bersih. Metro Indah Mall juga memiliki outlet atau gerai yang cukup banyak mulai dari kuliner, fashion, kebutuhan rumah dan kesehatan sampai tempat bermain keluarga dan anak.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan responden, kebanyakan pengunjung Metro Indah Mall hanya pergi ke Metro Indah Mall untuk mencoba pertama kalinya berkunjung dan hanya untuk makan bersama saudara dan kerabat. Hal ini dapat membuat perusahaan-perusahaan yang berada di dalam Metro Indah Mall ini belum dapat secara maksimal mencapai target penjualannya. Saat ini lokasi menjadi salah satu faktor yang penting bagi para konsumen di dalam memilih tempat untuk mengkonsumsi suatu produk (Mardikaningsih & Darmawan, 2021). Lokasi berpengaruh terhadap minat

kunjung ulang (Fajrin et al., 2021). Fasilitas juga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum mereka datang atau mengunjungi mal tertentu (Tanjung et al., 2022). Pada saat ini lokasi dan peranan fasilitas menjadi sangat penting karena ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli kebutuhan tetapi sebagai kegiatan mengisi waktu luang, hiburan atau rekreasi (Murdani & Martha, 2023).

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Lokasi Terhadap Minat Kunjung Ulang**

Lokasi adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan bisnis ritel, termasuk pusat perbelanjaan seperti mall. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan bagi pengunjung (Sugianto & Marpaung, 2019). Lokasi yang baik bukan hanya sekadar tempat yang mudah dijangkau, tetapi juga mempertimbangkan faktor lingkungan sekitar, infrastruktur, serta kedekatan dengan area beraktivitas masyarakat. Lokasi yang baik meningkatkan minat kunjung ulang, pengunjung lebih cenderung kembali ke mall yang memiliki lokasi strategis karena mereka merasa lebih nyaman dan efisien dalam mengaksesnya (Sari & Bachri, 2022). Pusat perbelanjaan di Jakarta menemukan bahwa mall yang berada di lokasi strategis dengan akses transportasi yang baik memiliki tingkat kunjungan ulang yang lebih tinggi (Mardikaningsih & Darmawan, 2021). Menunjukkan bahwa kemudahan akses dan lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas masyarakat menjadi faktor kunci dalam menarik pengunjung untuk kembali. Lokasi merupakan faktor krusial dalam menentukan minat kunjung ulang masyarakat ke pusat perbelanjaan. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan berada di lingkungan yang nyaman dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung (Saputro et al., 2020). Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang tepat harus menjadi prioritas utama bagi pengelola pusat perbelanjaan dalam strategi pemasaran mereka.

### **Fasilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang**

Fasilitas merupakan faktor penting dalam menentukan minat kunjung ulang masyarakat ke pusat perbelanjaan. Kualitas dan kelengkapan fasilitas yang disediakan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung (Ardiansyah & Ratnawili, 2021). Oleh karena itu, pengelola pusat perbelanjaan perlu memperhatikan dan terus meningkatkan fasilitas yang ada untuk menarik dan mempertahankan pengunjung. Fasilitas dalam konteks pusat perbelanjaan atau mall mencakup berbagai layanan dan kemudahan yang disediakan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung (Mardikaningsih & Darmawan, 2021). Fasilitas dapat berupa area parkir, food court, toilet yang bersih, area bermain anak, bioskop, dan fasilitas hiburan lainnya. Keberadaan dan kualitas fasilitas ini sangat penting dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan menciptakan nilai tambah bagi pengunjung. Fasilitas yang baik dapat menciptakan lingkungan belanja yang menyenangkan, yang

pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong kunjungan ulang (Fajrin et al., 2021). Fasilitas yang memadai memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang. Pengunjung yang merasa puas dengan fasilitas yang disediakan lebih cenderung memiliki niat untuk kembali. Fasilitas yang lengkap dan berkualitas menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan. Menunjukkan bahwa kelengkapan dan kualitas fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat kunjung ulang. Menunjukkan bahwa pengunjung lebih cenderung untuk kembali jika mereka merasa puas dengan fasilitas yang disediakan, seperti parkir yang luas, food court yang nyaman, dan area bermain anak yang aman.

### **Lokasi dan Fasilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang**

Lokasi dan fasilitas merupakan dua faktor krusial dalam menentukan minat kunjung ulang masyarakat ke pusat perbelanjaan. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan berada di lingkungan yang nyaman, serta fasilitas yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pengelola pusat perbelanjaan perlu memperhatikan dan terus meningkatkan kedua aspek ini untuk menarik dan mempertahankan pengunjung. Lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang. Menurut Saputro et al (2020) dan Mardikaningsih & Darmawan (2021), pengunjung lebih cenderung kembali ke mall yang memiliki lokasi strategis dan fasilitas yang berkualitas karena mereka merasa lebih nyaman dan efisien dalam mengaksesnya. kualitas fasilitas dan aksesibilitas lokasi berhubungan erat dengan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya mempengaruhi minat kunjungan ulang. Pengunjung yang merasa puas dengan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan fasilitas lebih mungkin untuk kembali berkunjung di masa depan. pusat perbelanjaan dengan fasilitas lengkap dan berkualitas tinggi memiliki tingkat kunjungan ulang yang lebih tinggi (Ardiansyah & Ratnawili, 2021; Puspita & Syamsul, 2022). Fasilitas seperti food court yang beragam, area bermain anak, dan toilet yang bersih memainkan peran penting dalam menarik pengunjung untuk kembali. Kelengkapan dan kualitas fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat kunjung ulang. Pengunjung lebih cenderung kembali jika mereka merasa puas dengan fasilitas yang disediakan, seperti parkir yang luas, food court yang nyaman, dan area bermain anak yang aman (Sugianto & Marpaung, 2020; Fajrin et al., 2021).

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam yaitu pengunjung Metro Indah Mall dan sampel Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden yang pernah berkunjung ke Metro Indah Mall minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Sampel yang digunakan berjumlah 116 responden.

## HASIL

Tabel 1. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.113	2	127.706	7.134	.001 <sup>b</sup>
	Residual	2125.115	113	20.847		
	Total	2114.143	115			

a. Dependent Variable: Minat\_Kunjung\_Ulang

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 (lokasi) dan X2 (fasilitas) secara simultan terhadap Y (minat kunjung ulang) adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai F hitung  $7,134 > F$  table  $3,08$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap minat kunjung ulang.

Tabel 2. Coefficients

Model	Predictors	Unstandardized		Standardized Coefficients	t	Sig.	Zero-order	Partial	Beta	Collinearity	
		B	Std. Error							Beta	Tolerance
1	(Constant)	24,329	4,103		4,327	,000					
	Lokasi	-,339	,170	-,429	2,178	,001	-,147	-,412	-,412	,797	1,215
	Fasilitas	,124	,091	,142	1,898	,005	,036	,140	,135	,797	1,215

merupakan hasil pengujian koefisien regresi. Pada table tersebut dapat dilihat bahwa nilai Sig untuk pengaruh X1 (Lokasi) adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,178 < t$  table  $1,98118$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang. Sedangkan nilai Sig untuk pengaruh fasilitas adalah sebesar  $0,005 > 0,05$  dan nilai t hitung  $4,398 > t$  tabel  $1,98118$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjung ulang.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Kunjung Ulang

Lokasi menjadi hal yang penting sebelum melakukan kunjungan karena akan mempertimbangkan lokasi, apabila lokasi mudah dijangkau dan dekat tempat keramaian maka tentunya dapat meningkatkan minat untuk berkunjung kembali. Lokasi

Metro Indah Mall mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota sehingga tidak jarang dari berbagai daerah pergi menghabiskan waktu liburnya mengunjungi Metro Indah Mall, jalan juga mudah dilalui kendaraan pribadi dan kendaraan umum lainnya sehingga banyak pengunjung yang berdatangan dan akibatnya bisa meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjunginya kembali.

Penelitian Mardikaningsih & Darmawan (2021) yang menyimpulkan bahwa Gaya Hidup, Lokasi dan Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjung Kembali pada Tunjungan Plaza Surabaya. Selanjutnya Fajrin et., al (2021) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar.

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang**

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana penunjang ketika berkunjung kesuatu objek wisata dan memudahkan pengunjung dalam melakukan kegiatannya, karena jika fasilitas yang disediakan pengelola lengkap dan memadai serta nyaman digunakan maka ada rasa puas tersendiri bagi pengunjung ketika berkunjung ke Mall tersebut. Fasilitas yang disediakan oleh pengelola Metro Indah Mall mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali. Karena ketika berkunjung memperhatikan fasilitasnya lengkap, bagus dan mudah digunakan atau tidak, artinya adalah minat berkunjung kembali.

Sejalan dengan Kurniawan et al (2022) yang menyimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Mojosekmi Forest Park Kabupaten Magetan. Namun tidak sejalan dengan Naftarisandy (2019) bahwa fasilitas berpengaruh negatif terhadap minat berkunjung kembali Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso.

### **Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang**

Lokasi yang mudah dijangkau pengunjung mampu meningkatkan minat pengunjung Artinya semakin mudah lokasi untuk dijangkau maka minat berkunjung akan meningkat. Fasilitas yang terjaga kebersihannya mampu membuat pengunjung merasa puas, sehingga mereka tertarik untuk melakukan kunjungan kembali. Artinya Semakin baik fasilitas dan diikuti kepuasan yang tinggi akan meningkatkan minat berkunjung Lokasi dan kualitas fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat kunjung ulang. Pengunjung lebih cenderung kembali jika mereka merasa puas dengan fasilitas yang disediakan, seperti parkir yang luas, food court yang nyaman, dan area bermain anak yang aman.

## **KESIMPULAN**

Pendapat masyarakat mengenai lokasi dan fasilitas dalam menentukan minat kunjung ulang masyarakat ke Metro Indah Mall:

1. Masyarakat setuju dengan strategisnya lokasi Metro Indah Mall. Hal ini didukung oleh mudahnya akses menuju Metro Indah Mall baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Akses menuju Metro Indah Mall terbilang cukup mudah karena banyaknya petunjuk jalan yang jelas dan mudahnya diakses melalui internet, sedangkan bagi yang menggunakan kendaraan umum juga dapat terbilang mudah karena hampir sebagian besar angkutan umum (angkot) jalurnya melalui Metro Indah Mall. Faktor lainnya juga adalah layaknya kondisi jalan menuju Metro Indah Mall sehingga semua kendaraan dapat dengan mudah dan nyaman untuk menuju ke Bandung.
2. Metro Indah Mall memiliki fasilitas cukup lengkap dan layak untuk digunakan oleh pengunjung. Hal ini ditunjang oleh fasilitas-fasilitas Metro Indah Mall yang cukup lengkap mulai dari lift, eskalator, toilet yang bersih, parkir yang cukup luas. Hal lain yang menunjang adalah banyak store/gerai yang dapat dikunjungi oleh pengunjung, mulai dari store busana, makanan dan minuman, elektronik, aksesoris, dan lain-lain. Tetapi beberapa faktor lain juga harus diperhatikan oleh Metro Indah Mall, yaitu kurangnya inovasi dari fasilitas Metro Indah Mall sehingga masyarakat merasa kurang tertarik akan fasilitas yang ada di Metro Indah Mall, kurangnya inovasi design interior dari Metro Indah Mall, dan kurang menariknya brand-brand store yang ada di Metro Indah Mall. Hal ini harus diperhatikan dan dirubah atau kembangkan agar pengunjung lebih tertarik lagi untuk berkunjung ke Metro Indah Mall.

## **SARAN**

Saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

1. Metro Indah Mall dapat mempertimbangkan untuk memberi inovasi pada desain interior dan eksterior Metro Indah Mall, hal ini dapat menarik daya tarik masyarakat untuk berkunjung serta berkunjung ulang ke Metro Indah Mall.
2. Metro Indah Mall juga dapat mempertimbangkan untuk berkerjasama dengan brand-brand store yang cukup terkenal baik dalam jenis makanan, fashion, hiburan dan bahkan Metro Indah Mall harus mempertimbangkan untuk segera membuka bioskop yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Hal ini dapat menjadi nilai tambah Metro Indah Mall bagi masyarakat dan dapat membuat banyak alasan masyarakat untuk berkunjung dan berkunjung ulang ke Metro Indah Mall.
3. Metro Indah Mall juga dapat mengadakan event music yang diisi dengan band-band terkenal dan masa kini Hal ini dapat menunjang masyarakat terutama kaum muda berpotensi untuk mengunjungi Metro Indah Mall

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *jurnal Manajemen Modal Imsani Dan Bisnis* 129–137.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekono Kiat* 32(1), 40–47.
- Kurniawan, Akbar eko, Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojo Sekmi Forest Park Kabupaten Magetan. *Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, September 2022.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup , Lokasi , dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Kunjung Kembali Tujungan Plaza Surabaya. *Jurnal Of Trends Economics And Accounting Research* 2(2), 43–48.
- Naftarisandy, A. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Dan Citra Destinasi, Serta Media Sosial Melalui Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 3, Issue 1).
- Puspita Sari, U., & Syamsul, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 8(3), 204–210.
- Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(2020), 56–73.
- Sugianto, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Daya Tarik Wisata , Dan Fasilitas Terhadap Minat Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Bisnis*, 2(1), 101-116.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawagede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2).