PENGARUH *MALL PERSONALITY*, *HEDONIC SHOPPING VALUE*, DAN *UTILITARIAN SHOPPING VALUE* TERHADAP *SHOPPER WELL-BEING* PADA *MALL* WILAYAH JAKARTA DAN BANDUNG

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

FERNANDA RIZKI ADJI VALENTIN
43121010219

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *MALL PERSONALITY*, *HEDONIC SHOPPING VALUE*, DAN *UTILITARIAN SHOPPING VALUE* TERHADAP *SHOPPER WELL-BEING* PADA *MALL* WILAYAH JAKARTA DAN BANDUNG

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

FERNANDA RIZKI ADJI VALENTIN

43121010219

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fernanda Rizki Adji Valentin
NIM	: 43121010219
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh *Mall Personality*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Utilitarian Shopping Value* terhadap *Shopper Well-being* pada *Mall* wilayah Jakarta dan Bandung" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Ferbuari 2026



Fernanda Rizki Adji Velentin

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: FERNANDA RIZKI ADJI VALENTIN
NIM	: 43121010219
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH MALL PERSONALITY, HEDONIC SHOPPING VALUE, DAN UTILITARIAN SHOPPING VALUE TERHADAP SHOPPER WELL-BEING PADA MALL WILAYAH JAKARTA DAN BANDUNG
Hasil Pengecekan Turnitin	: 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 29 July 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Juli/29/0000001145/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Fernanda Rizki Adji Valentin
NIM	:	43121010219
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Mall Personality, Hedonic Shopping Value, dan Utilitarian Shopping Value terhadap Shopper Well-being pada Mall wilayah Jakarta dan Bandung

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D
NIDN/NUPTK: 0310018306

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266190

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh *Mall Personality, Hedonic Shopping Value,* dan *Utilitarian Shopping Value* terhadap *Shopper Well-being* pada *Mall* wilayah Jakarta dan Bandung".

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Daru Asih, Dr., M.Si selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan mengenai metodologi penelitian pemasaran.
5. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan support yang tiada henti dalam memberikan doa dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

lib.mercubuana.ac.id

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
7. Seluruh Teman-teman Manejemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berhadap dari segala pihak bentuk saran dan kritik yang membangun semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Jakarta, 18 Februari 2026

Fernanda Rizki Adji Valentin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fernanda Rizki Adji Valentin
NIM	: 43121010219
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh *Mall Personality*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Utilitarian Shopping Value* terhadap *Shopper Well-Being* pada *Mall* wilayah Jakarta dan Bandung

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2026

Yang menyatakan,



Fernanda Rizki Adji Valentin

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *MALL PERSONALITY*, *HEDONIC SHOPPING VALUE*, DAN *UTILITARIAN SHOPPING VALUE* TERHADAP *SHOPPER WELL-BEING* PADA *MALL* WILAYAH JAKARTA DAN BANDUNG

FERNANDA RIZKI ADJI VALENTIN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Mall Personality*, *Hedonic Shopping Value*, dan *Utilitarian Shopping Value* terhadap *Shopper Well-being* pada Mall wilayah Jakarta dan Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah 10.748.230 jiwa untuk wilayah Jakarta dan 3.831.505 jiwa untuk wilayah Bandung. Metode penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana sampel berjumlah 205 responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif kemudian metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Terdapat temuan studi ini yang mengindikasikan bahwa *mall personality* tidak berpengaruh signifikan dengan *hedonic shopping value*, lalu hasil lain menemukan bahwa *mall personality* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *utilitarian shopping value*. Selanjutnya hasil penelitian lain menemukan jika *hedonic shopping value* dan *mall personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopper well being*. Sebaliknya, *utilitarian shopping value* tidak berpengaruh signifikan dengan *shopper well being*.

Kata Kunci: ***Mall Personality, Hedonic Shopping Value, Utilitarian Shopping Value, Shopper Well-being.***

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF MALL PERSONALITY, HEDONIC SHOPPING VALUE, AND UTILITARIAN SHOPPING VALUE ON SHOPPER WELL-BEING IN MALLS IN THE JAKARTA AND BANDUNG AREAS

FERNANDA RIZKI ADJI VALENTIN

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Mall Personality, Hedonic Shopping Value, and Utilitarian Shopping Value on Shopper Well-being in malls in Jakarta and Bandung. The population in this study was 10,748,230 people in Jakarta and 3,831,505 people in Bandung. The sampling method used in this study employs purposive sampling, with a sample size of 205 respondents. This study is a quantitative research design, and the data analysis method used is Partial Least Squares (PLS). According to this study mall personality does not have a significant effect on hedonic shopping value, while other results found that mall personality has a positive and significant relationship with utilitarian shopping value. Furthermore, other studies found that hedonic shopping value and mall personality have a positive and significant effect on shopper well-being. Conversely, utilitarian shopping value does not have a significant effect on shopper well-being.

Keywords : Mall Personality, Hedonic Shopping Value, Utilitarian Shopping Value, Shopper Well-being.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**

HALAMAN JUDUL **i**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI **ii**

SURAT KETERANGAN HASIL TURNITIN **iii**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI **iv**

KATA PENGANTAR **v**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB **vii**

ABSTRAK **viii**

ABSTRACT **ix**

DAFTAR ISI **x**

DAFTAR TABEL **xii**

DAFTAR GAMBAR **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 12

C. Tujuan Penelitian 13

D. Kontribusi Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **14**

A. Kajian Pustaka 14

1. Triple Bottom Line 14

2. Teori SOR 17

3. Shopper Well-being 18

4. *Mall Personality* 20

5. *Hedonic Shopping Value* 21

6. *Utilitarian Shopping Value* 22

B. Penelitian Terdahulu 24

C. Pengembangan Hipotesis 28

1. Pengaruh *Mall Personality* Terhadap *Hedonic Shopping Value* 28

2. Pengaruh *Mall Personality* Terhadap *Utilitarian Shopping Value* 29

3. Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Terhadap Shopper Well-being 30

4. Pengaruh *Utilitarian Shopping Value* Terhadap Shopper Well-being 31

lib.mercubuana.ac.id

5. Pengaruh *Mall Personality* Terhadap Shopper Well-being 32
D. Kerangka Pemikiran 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **35**
A. Waktu dan Tempat Penelitian 35
B. Desain Penelitian 35
C. Definisi dan Operasional Variabel 36
1. Definisi Variabel 36
2. Operasionalisasi Variabel 39
D. Skala Pengukuran Variabel 41
E. Populasi dan Sampel Penelitian 42
1. Populasi Penelitian 42
2. Sampel Penelitian 43
F. Metode Pengumpulan data 44
G. Metode Analisis Data 45
1. Analisis Deskriptif 45
2. Model Pengukuran (*Outer Model*) 46
3. Model Struktural (*Inner Model*) 49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **52**
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 52
B. Analisis Deskriptif 53
1. Deskripsi Responden 53
C. Hasil Analisis Data *Partial Least Square* (PLS) 57
1. Model Pengukuran (*Outer Model*) 58
2. Model Struktural (*Inner Model*) 64
D. Pembahasan Hasil Penelitian 68
1. **Pengaruh *Mall Personality* Terhadap *Hedonic Shopping Value*** 68
2. **Pengaruh *Mall Personality* Terhadap *Utilitarian Shopping Value*** 70
3. **Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Shopper Well Being*** 72
4. **Pengaruh *Utilitarian Shopping Value* Terhadap *Shopper Well Being*** 73
5. **Pengaruh *Mall Personality* Terhadap *Shopper Well Being*** 75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **77**
A. Kesimpulan 77
B. Saran 78
DAFTAR PUSTAKA **83**

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey 10
Tabel 2.1 Tujuan SDGs 15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 39
Tabel 3.2 Skala Likert 41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden 53
Tabel 4.2 Usia Responden 54
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden 55
Tabel 4.4 Pendapatan Responden 55
Tabel 4.5 Wilayah Tempat Tinggal Responden 56
Tabel 4.6 Kunjungan Mal Responden 57
Tabel 4.7 Hasil Uji Factor Loading 58
Tabel 4.8 Hasil Uji Composite Reliability 60
Tabel 4.9 Hasil Uji Convergent Validity (AVE) 61
Tabel 4.10 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) 61
Tabel 4.11 Hasil Uji Collinearity Statistic (VIF) 62
Tabel 4.12 Hasil Uji Model Fit 63
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai R-Square 64
Tabel 4.14 Hasil Uji f^2 (Effect Size) 65
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai Q Square Predict 66
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis 66

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Mal di Jakarta tahun 2025 2
Gambar 1.2 Aktivitas berkunjung ke Mall pada Januari-April 2025 4
Gambar 1.3 Alasan konsumen Indonesia tertarik ke Mall dibanding tempat belanja lain 5
Gambar 3.1 Sampel Penelitian 44
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS 59
Gambar 4.2 Hasil Output Boostrapping 67

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....90
Lampiran 2. Daftar Pernyataan Penelitian 93
Lampiran 3. Hasil Kuesioner 96

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id