BAB IV

ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Grand City Mall Surabaya merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Surabaya, resmi dibuka pada tanggal 10 Oktober tahun 2010.[1] Berada di bawah naungan PT Hardayawidya Graha, terinspirasi dari Suntec Singapura. Sebelumnya, pada Maret 2009 *event* pertama diadakan di Convention & Exhibition Grand City Surabaya yang letaknya bersebelahan dengan Grand City Surabaya Mall, ada jalan penghubung (*connection*) sepanjang 30 meter untuk pengunjung mall yang ingin ke area pameran melalui tiap lantai mall. Grand City Surabaya Surabaya terletak di antara Jalan Walikota Mustajab dan Jalan Kusuma Bangsa berdekatan dengan Stasiun Gubeng Surabaya.[2]

Deskripsi singkat mengenai Grand City Surabaya Surabaya yang dikutip dari website resmi ***"Towering above Surabaya, the iconic Grand City Surabaya Mall & Convex set to change the face of Surabaya's luxury market. Grand City Surabaya, My City-My Destination"***. Jam buka setiap hari mulai pukul 10 pagi sampai 10 mallam.

Grand City Surabaya Surabaya sebagai salah satu mall terkenal di Surabaya memiliki berbagai fasilitas, diantaranya adalah :[3]

---

[1] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)
[2] https://id.wikipedia.org/wiki/GrandCitySurabaya diakses pada 23 adesember 2015
[3] https://www.grandcitysurabaya.com/cust_service.php diakses pada 23 adesember 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel Tabel IV. 1
Fasilitas Grand City Surabaya

No	Nama	Keterangan
1	ATM Center	Mandiri, BNI, Danamon, Bank Mega, OCBC NISP, Bank BRI, PAnin Bank, Permata Bank, BCA, Bank BTN, CIMB Niaga, Danamon Syariah
2	Bussiness Center	Terletak di level 2 antara mall dan daerah cembung, dapat disewa per-jam, setengah hari/penuh.
3	Executive Mushola	Mushola berlokasi di level 2 berdekatan dengan kantor manajemen Grand City Surabaya dan tempat belanja.
4	Information Desk	Meja layanan pelanggan disediakan di lokasi yang berbeda di lantai dasar, pintu masuk utama dan pintu masuk timur, menawarkan berbagai layanan yang dirancang khusus untuk membantu kebutuhan berbelanja pengunjung dengan mudah. Layanannya berupa : 1. Hilang/ditemukan, jika kehilangan barang di Mall. 2. Isi ulang/charger ponsel. 3. *Mall directory* brosur. 4. Kursi roda yang tersedia di pintu masuk utama dan di *car park entrance* di lantai dasar.
5	Smooking Room	Disediakan di Level 4 daerah foodloft, tingkat 3 pra-fungsi kawasan konvensi, dan juga di beberapa restoran & kafe di daerah mall.
7	Toilet	Toilet umum di seluruh Mall dilengkapi dengan kebutuhan khusus dan anak kecil/balita , terletak di setiap lantai di timur dan wilayah barat dari mall.
8	Parkir	Tempat parkir di tiap lantai mall yang terhubung dengan convention, total kapasitas parkir dalam ini mampu menampung sekitar 2500 kendaraan. Juga disediakan parkir bagi penyandang cacat dan *ladies parkir* serta fasilitas valet.
9	Taksi	Layanan *concierge* untuk taksi resmi yang tersedia di pintu masuk utama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu *tenant*/penyewa berasal dari banyak merk terkenal baik di dalam negeri maupun luar negeri, berikut ini *shop list* A - Z Grand City Surabaya Surabaya.[4]

Tabel Tabel IV. 2
Shop list A - Z Grand City Surabaya Surabaya

List	***Shop***
ABCDEF	Ace Hardware | Adidas | Aibi | Amour | ATM Center | Ayam Goreng Mama | Ayam Penyet Ria | Baleno | Banana Leaf | Barbie | Barby's | Baskin Robbins | Baskin Robbins | Baso Cup | Batik Keris | BCA | Bebe | Bee Cheng Hiang | Bentoya | Best Denki | BNI Life | Bread Talk | British Council | Cabe Rawit | Cache Cache | Camaieu | Caroline Kosasih | Cempaka Pancake Durian | Century Health | Cery Chan | Cha Time | Charles & Keith | Cincau Station | Cinema XXI and The Premiere | City Games | Class Room | Coconut Island | Color Box | Con Churros | Condotti | Cookies Box | Cool Blog | Cool Kids | Cool Teen | Corn Dogs | Creative Corner | Crocodile | Crocodile Kids | Crystal Jade | D'Crepes | Damn! I Love Indonesia | Danamon | Digital Lounge CIMB Niaga | Dimsum | Dirty Burger | Doner Kebab | E-Cosway | Easy Pizza | Edamame | Edu Travelindo | Emax | Erafone | Es Putar Kelapa Singapore | Esye | Etude House | Excelso | Fossil | Franky Shoes | Fun World Xtropolis.
GHIJKL	Giordano | GNC | Gold's Gym | Golf House | Guess | Hammer | Hanashobu | Happup! | Hapsari | Harman/Kardon | Hero Supermarket | House of Wok | Hush Puppies | Ice Link | Indonesia Chiropratic | Indonesian Heritage | Information Desk | Jaco TV Shopping | Jasmine Ice Cream | Jet Star | Juices & More | K-Town | Kafe Betawi | Kedai Si Mbok | Kidz Station | Killiney Kopitiam | Kitchen Magic | Kogyo | Kyu Kyu | Lao Pan | Lego | Les Femmes | Lilian Mochi | Linkafe | Little Sunshine | Little Taipei.
MNOPQR	| Magnolia | Manchester United Store | Marks & Spencer | Martha Tilaar | Masari | Maxim | Mice Centre | Minimall | Mommy Roomtart | Morgan | Moru Milk | Multi Toys | My BCA | My Kopi-O! | Nail Plus | Narwastu | Natural Farm |

[4] https://www.grandcitysurabaya.com/store_list.php diakses tanggal 23 Desember 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Naughty | Nautica | New Zealand | Nike | Nona MAnis | Ny. Attha Frozen Food | Nyla | Office One | Oke Shop | Optik Melawai | Optik Seis | Optik Tunggal | Osh Kosh B'Gosh | Oxone | Pandan Village | Parang Kencana | Paxi Barbershop | Peco Peco | Pedro | Pempek Farina | Pepper Lunch | Perfect Health | Phiten | Piazza Italia | Pieno Bistro | Pique Nique | Pondok Jenggala | Porong Wei | Prima Fit | Promod | Quickly | Quiksilver | Ria Bistro | Rip Curl | Rotiboy.
STUVWXYZ	Safari Jewellery | Salt & Pepper | Samsat Corner | Samsonite | Samsung | Samuel & Kevin | Sate Soerabadja | Saveur | Seuta HK Waffle | Shao Art Gallery | Sien Fung | Sleep Center | Solaria | Sportindo | Sports Station | Starbucks | Stroberi | Sukibon | Suteki | Tag Heuer | Tammia | Technogas | Teh 63 | Telesindo | The Body Shop | The Executive | The Face Shop | The Freezy Fabulous | The Grand Palace Department Store | The Rocks | The Spaghetti's | Timberland | Time Concept | Toys Kingdom | Urban Icon | Van Laack | Van's | Vince Camuto | Vivere | Wah Kee | Wakai | Warung Budhe'Ndut | Watch Studio | Watch World | Watson | Wendy's | XO Cuisine | XO Suki | Yuki Water Treatment.

Setelah pertokoan di dalam mall, juga terdapat *convex* yang disewakan untuk berbagai kegiatan seperti pameran, acara perusahaan, resepsi pernikahan dan lainnya. Terdapat 4 ruang *convex* yang disediakan, diantaranya :

a. *Exhibition Hall*

Ruangan dengan luas 94 x 43 m, yang terletak di lantai dasar (LG). Sangat cocok digunakan untuk pengembangan pameran, *tradeshow* dan juga bisnis hiburan.. (Gambar ada pada lampiran)

b. *Convention Hall*

Terletak di Level 3, *Convention Hall* dengan luas 60 x 43 meter. Multi-fungsional dan fleksibel, memiliki lorong-lorong yang digunakan untuk konvensi, pameran, pesta dan konser. Tempat ini dapat menampung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hingga 3.500 delegasi di teater-gaya duduk dan 5.000 pax dalam festival atau 2.600 meter persegi ruang pameran. (Gambar ada pada lampiran)

c. *Grand Ballroom*

Fasilitas *Grand Ballroom* dengan ukuran 35,5 x 36 meter, cocok untuk acara perusahaan, gala mewah dan resepsi pernikahan dengan skala yang besar. Terletak di sebelah pusat perbelanjaan di level 4 dan sekaligus menyediakan layanan katering. (Gambar ada pada lampiran)

d. *Meeting Rooms*

Terletak di level 3, terdapat 2 macam ruang pertemuan yaitu 5 ruangan *diamond* dan 5 ruangan *crystal* dengan luas 1278 sqm. Dilengkapi dengan sistem audio dan speaker langit-langit serta *dimmer* lampu, cocok untuk pertemuan kecil, seminar, resepsi pernikahan atau fungsi perusahaan. (Gambar ada pada lampiran)

Tabel Tabel IV. 3
Informasi kontak dan sosial media Grand City Surabaya

Akun	**Nama**
Twitter	@GrandCitySBY
Instagram	@grandcitysby
BBM PIN	7D79537B
BBM Channel	C0041A8E1
Telepon	+62 31 5459000
Email	promotion@grandcitysurabaya.com
Website	www.grandcitysurabaya.com

1. Gambaran Executive Mushola

Fasilitas Executive Mushola Grand City Surabaya Surabaya sebagai objek sasaran dari penelitian ini merupakan tempat untuk umat muslim yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkunjung ke Grand City Surabaya Surabaya untuk melaksanakan ibadah seperti sholat dan dzikir.

Sejarah Executive Mushola awalnya sudah termasuk dalam rencana pembangunan Grand City Surabaya, pihak manajemen memilih *setting* tempat di level 2, tempat yang sangat strategis tepat bersebelahan dengan kantor manajemen dan area mall. Tempat itu dipilih agar mudah diakses oleh pengunjung, karena mengaca dari mall-mall lain yang musholanya berada jauh dari area pertokoan dan susah untuk mengaksesnya, jadi pihak manajemen Grand City Surabaya memilih mushola diletakkan di level 2 agar pengunjung tidak sulit untuk menemukannya.[5]

Executive Mushola berada di area antara kantor manajemen Grand City Surabaya Surabaya dan pertokoan mall, tepatnya di level 2. Tempat yang sangat strategis karena pengunjung yang ingin melaksanakan ibadah tidak perlu keluar dari dalam area pertokoan mall, ini yang membedakan Grand City Surabaya Surabaya dengan mall-mall lainnya dari sisi penempatan fasilitas ibadah, dimana kebanyakan mall hanya menempatkan fasilitas ibadah seperti mushola/masjid hanya di tempat sisa seperti tempat parkir atau ruang pojokan yang pengap, tetapi Grand City Surabaya Surabaya menempatkan musholanya di area yang strategis dan mudah dijangkau pengunjung.

Grand City Surabaya Surabaya sebenarnya memiliki fasilitas mushola lebih dari satu, ada 3 mushola lainnya yakni di lantai LG (*lower ground*) itu

[5] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada 2, yang satu tempat perempuan dan laki-laki terpisah, lalu ada yang di deketnya otsorsing, yang biasanya digunakan karyawan-karyawan toko dan *tenant*-nya, kemudian di tempat parkir 5A yang kita gunakan untuk sholat jumat. Ketiga mushola tersebut difungsikan untuk karyawan, sedangkan di level 2 (Executive Mushola) diperuntukkan bagi pengunjung Grand City Surabaya.[6]

Penelitiaan ini bertujuan untuk mencari kepuasan pengunjung melalui fasilitas ibadah yang disediakan mall, peneliti hanya menggunakan satu mushola saja, karena mushola yang digunakan pengunjung hanya Executive Mushola yang berada di level 2 Grand City Surabaya.

2. Struktur Takmir Mushola Grand City Surabaya

Meskipun hanya fasilitas mushola di mall, tetapi juga memiliki struktur takmir yang jelas, mulai dari ketua, bendahara, sekretaris dan operasional lengkap dimiliki mushola Grand City Surabaya Surabaya. Berikut ini struktur takmirnya:

Tabel Tabel IV. 4
Struktur takmir Mushola Grand City Surabaya Surabaya

Jabatan	**Nama**
Pelindung	Grand City Management
Ketua I	Bp. Hadi Sudjono
Sekretaris	Bp. Sujak Mardianto
Bendahara I	Ibu. Tien Gunarti
Bendahara II	Bp. Sujak Mardianto
Dakwah	Bp. Sujak Mardianto
Perlengkapan	1) Bp. Eko Mariyanto 2) Bp. Sudiono 3) Bp.Ariyanto
Keamanan	Bp. Bambang Widodo

[6] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Operasional Executive Mushola

Executive Mushola dibuka mengikuti jam operasional mall. Kebersihan dilakukan dua kali sehari, yakni disaat akan *opening* dan *closing*. Kegiatan harian yakni dikumandangkan adzan ketika waktu masuk waktu sholat dan melaksanakan sholat berjamaah. Selain itu juga terdapat kegiatan tahunan, yakni program takjil gratis yang diberikan di setiap mushola yang ada di Grand City Surabaya.

Sebuah mushola pastinya memiliki berbagai perlengkapan yang dibutuhkan untuk melaksanakan ibadah maupun untuk merawatnya, dan berikut ini berbagai perlengkapan yang ada Executive Mushola Grand City Surabaya :

Tabel IV. 5
Inventori Executive Mushola[7]

No	Uraian	Spesifikasi		Jumlah
		Model	Warna	
1	Karpet Panjang		Merah	10 Buah
2	Hiasan dinding Lafazd " Allah & Muhammad"	Kayu		1 Pasang
3	Jam Elektronik			1 Buah
4	Pengharum Ruangan			5 Buah
5	Lemari Sedang	Kayu		1 Buah
6	Lemari Kecil	Kayu		1 Buah
7	Jam Dinding			1 Buah
8	Al-Qur'an			10 Buah
9	Juz Amma			6 Buah
10	Sarung			20 Buah
11	Kopyah / Peci			5 Buah
12	Mukenah			200 Pasang
13	Sajadah Imam		Merah	1 Buah

[7] Data inventory bagian operasional

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

14	Keset		Merah	8 Buah
15	Kotak Amall	Milamine		2 Buah
16	Kotak Amall	Fiber		1 Buah
17	Ember			1 Buah
18	Sikat			1 Buah
19	Alat Pel			1 Buah
20	Vacum Cleaner			1 Buah
21	Partisi			10 Buah
22	Kipas Angin			4 Buah

4. Keuangan Executive Mushola

Keuangan mushola berasal dari dua sumber yakni donatur melalui kotak amal yang telah disediakan dan dari pihak manajemen Grand City Surabaya sendiri. Uang digunakan untuk memenuhi kebutuhan mushola seperti kebersihan, membayar penjaga, membeli inventori dan lain sebagainya.

5. Penghargaan Executive Mushola

Executive Mushola Grand City Surabaya Surabaya telah menerima penghargaan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Se-Indonesia orwil Jawa Timur pada tanggal 27 Agustus 2011, dengan kategori **"Mall Dengan Fasilitas Mushola yang Representatif "**

B. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Grand City Surabaya yang telah menggunakan fasilitas Executive Mushola yang terletak di level 2. Jumlah sampel yang telah ditentukan adalah sebanyak 100 orang. Data yang telah diperoleh dikelompokkan berdasarkan beberapa

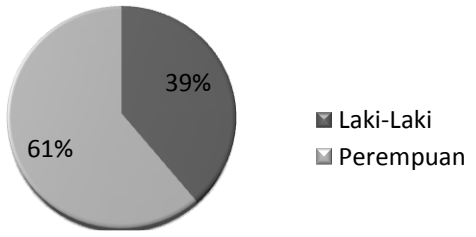
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

golongan, yakni berdasarkan jenis kelamin, tempat tinggal, usia, dan frekuensi kunjungan responden ke Grand City Surabaya.

a. Jenis Kelamin

Identitas responden menurut jenis kelamin dapat dilihat dari tampilan *chart* berikut ini :

Gambar IV. 1
Jenis kelamin responden



Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

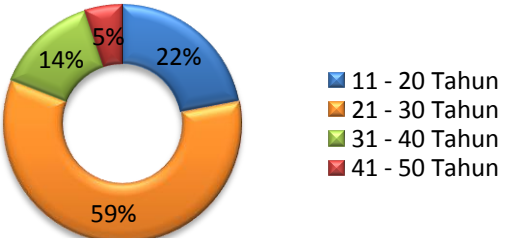
Berdasarkan tampilan *chart* diatas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 39% atau 39 orang responden laki-laki, sedangkan untuk responden perempuan prosentasenya sebesar 61% atau 61 orang responden.

b. Usia Responden

Usia responden dalam penelitian ini ada pada interval umur 11-50 tahun, dari interval umur tersebut peneliti mengganggap bahwa responden mampu mengisi kuesioner dengan baik dan benar. Berikut ini prosentase usia responden yang telah ikut serta mengisi lembar kuesioner :

Gambar IV. 2
Usia responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



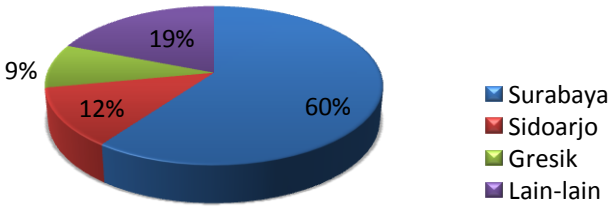
Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan gambar *chart* diatas, dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, paling banyak adalah 59% atau 59 orang yang berusia antara 21-30 tahun yang mengisi kuesioner, selanjutnya 22% atau 22 orang berusia diantara 11-20 tahun, sebanyak 14% atau 14 orang yang berusia antara 31-40, dan yang terakhir sebanyak 5 orang atau 5% yang berusia 41-50.

c. Tempat Tinggal

Karakteristik prosentase tempat tinggal seluruh responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar IV. 3
Tempat tinggal responden



Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan tempat tinggal dari 100 responden, terdapat 60% atau 60 orang yang tinggal di Surabaya, 12% atau 12 orang tinggal di Sidoarjo, 9% atau 9 orang dari gresik dan terakhir sebesar 19% atau 19 orang

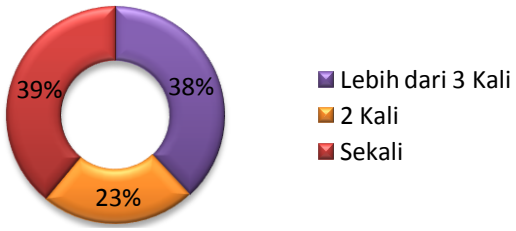
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berasal dari luar kota selain yang telah disebutkan diantaranya Lamongan, Pasuruan, Lumajang, Jember, Trenggalek, Madura, Tuban dan Mojokerto.

d. Frekuensi Kunjungan

Frekuensi kunjungan yang dimaksudkan adalah jumlah kunjungan responden ke Executive Mushola Grand City Surabaya. Data dapat dilihat dalam *chart* berikut ini :

Gambar IV. 4
Frekuensi kunjungan



Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan chart diatas, sebanyak 38% atau 38 orang yang lebih dari 2 kali mengunjungi Executive Mushola, 23% atau 23 orang sebanyak dua kali ke Executive Mushola, dan sisanya 39% atau 39 orang yang baru pertama kali mengunjungi Executive Mushola di Grand City Surabaya.

2. Deskripsi jawaban responden berdasarkan item pertanyaan

Deskripsi jawaban tiap item pertanyaan disini pada dasarnya digunakan untuk melihat jumlah jawaban yang telah diisi responden dari lima alternatif jawaban yang telah disediakan. Berikut ini akan dijelaskan satu persatu hasil prosentase dari setiap item pertanyaan di setiap variabel dalam kuesioner.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Dekorasi *interior* dan *eksterior* bagus

Tabel IV. 6
Hasil prosentase dekorasi *interior* dan *eksterior* bagus

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	39	39%
Setuju	48	48%
Ragu-Ragu	7	7%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan tabel diatas untuk pernyataan "Dekorasi *interior* dan *eksterior* bagus" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 48 responden (48%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 39 (39%), sebanyak 7 responden (7%) ragu-ragu, 5 responden (5%) tidak setuju dan 1 (1%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa dekorasi *interior* dan *eksterior* bagus.

Mengenai dekorasi *interior* dan *eksterior* Executive Mushola tidak memiliki banyak hiasan pada dinding yang berwarna putih bersih, hanya ada beberapa hiasan kaligrafi yang terbuat dari kayu, jam dinding serta beberapa plakat himbauan yang ditujukan pada jamaah mushola seperti larangan tidur di dalam mushola.[8]

Terdapat partisi atau pembatas yang dipasang pada tengah ruangan yang difungsikan sebagai pembatas ruang sholat antara laki-

[8] Observasi peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

laki dengan perempuan, tempat laki-laki ditempatkan di depan dan perempuan di belakang. Juga disediakan lemari berukuran besar untuk tempat mukenah dan Al-Qur'an di tempat perempuan, serta lemari berukuran sedang untuk menyimpan sarung, kopyah dan Al-Qur'an.[9]

Salah satu pengunjung yakni mbak Luluk, menyatakan saat wawancara mengenai desain mushola "Bagus, lebih bagus dari mall lain, maksudnya ada di dalam mall, tempat wudlu menyatu dan tidak berbaur dengan tempat laki-laki".[10] Sejalan dengan itu Ibu Novita juga memiliki pendapat yang sama "Penataannya bagus, sudah sesuai dengan ukuran standart mall yang bagus".[11]

2) Warna mushola memberikan rasa nyaman

Tabel IV. 7
Hasil prosentase warna mushola memberikan rasa nyaman

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	20	20%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan tabel IV. 7 diatas, untuk pernyataan "Warna mushola memberikan rasa nyaman" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 39 responden (39%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 34 (34%), sebanyak

[9] Observasi peneliti
[10] Wawancara dengan Mbak Luluk
[11] Wawancara dengan Ibu Novita

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

20 responden (20%) ragu-ragu, 5 responden (5%) tidak setuju dan 2 (2%) menjawab sangat tidak setuju . Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya merasa nyaman dan suka dengan warna mushola yang ada saat ini.

Warna putih bersih pada dinding mushola memberikan kesan nyaman untuk melaksanakan ibadah, karena warna putih adalah warna netral dan identik dengan bersih atau suci.[12]

3) Pencahayaan mushola baik

Tabel IV. 8
Hasil prosentase pencahayaan mushola baik

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	46	46%
Setuju	41	41%
Ragu-Ragu	7	7%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan tabel IV. 8 diatas untuk pernyataan "Pencahayaan mushola baik" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 46 responden (46%), sedangkan yang memberikan jawaban setuju dengan jumlah 41 (41%), sebanyak 7 responden (7%) ragu-ragu, 5 responden (5%) tidak setuju dan 1 (1%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa pencahayaan di dalam mushola baik.

[12] Observasi peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sistem pencahayaan di dalam mushola sangat baik, didukung dengan banyaknya lampu, ini sesuai dengan pendapat para pengunjung mushola yang telah mengisi kuesioner dalam penelitian ini, yang telah di jelaskan pada paragraf sebelumnya.[13] Di dukung degan pernyataan dari Mbak Luluk "sudah bagus" berdasarkan pertanyaan pencahayaan (lampu) di dalam mushola.[14]

4) Sirkulasi udara di dalam mushola sejuk

Tabel IV. 9
Hasil prosentase sirkulasi udara di dalam mushola sejuk

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	44	44%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	13	13%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel IV. 9 diatas, pernyataan "Sirkulasi udara di dalam mushola sejuk" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 44 responden (44%), sedangkan yang memberikan jawaban setuju dengan jumlah 39 (39%), sebanyak 13 responden (13%) ragu-ragu, 3 responden (3%) tidak setuju dan 1 (1%) menjawab sangat tidak setuju . Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya menyatakan sangat setuju bahwa Sirkulasi udara di dalam mushola sejuk.

[13] Observasi peneliti dan hasil kuesioner
[14] Wawancara dengan Mbak Luluk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kesejukan ruangan mushola didukung dengan adanya AC dan empat kipas angin yang diletakkan pada langit-langit, selain itu juga terdapat pengharum ruangan agar ruangan wangi dan tidak pengap.[15]

Beberapa informan juga ikut setuju, bahwa sirkulasi udara di mushola baik, seperti kata Ibu Novita "Udaranya bagus, kan dia memang pake AC ruangannya, kecuali kalo gak pake AC mungkin itu beda lagi", begitu juga dengan tanggapan dari Mbak Luluk "Bagus, gak terlalu pengap", serta komentar setuju dari Mbak Ani "Iya, soalnya sejuk *gituloh kalo* disini itu" [16]

5) Sirkulasi kegiatan jamaah lancar

Tabel IV. 10
Hasil prosentase sirkulasi kegiatan jamaah lancar

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	43	43%
Setuju	41	41%
Ragu-Ragu	11	11%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel IV. 10 diatas, pernyataan "Sirkulasi kegiatan jamaah masuk dan keluar mushola lancar" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 43 responden (43%), sedangkan yang memberikan jawaban setuju dengan jumlah 41 (41%), sebanyak 11 responden (11%) ragu-ragu, 4 responden (4%) tidak setuju dan 1

[15] Observasi peneliti
[16] Wawancara Ibu Novita, Mbak Luluk dan Mbak Ani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa Sirkulasi kegiatan jamaah masuk dan keluar mushola lancar.

Sirkulasi kegiatan jamaah masuk dan keluar mushola yang dimaksud adalah jalan untuk masuk dan keluar mushola, yakni pintu. Pintu pada mushola terbagi menjadi dua, yakni pintu untuk laki-laki dan perempuan. Karena pintu antara laki-laki dan perempuan berbeda maka sirkulasi jamaah keluar dan masuk mushola lebih lancar dan hal ini dapat mengurangi resiko batal bagi jamaah yang bukan muhram.[17]

6) Penataan batas sesuai dengan syariat islam

Tabel IV. 11
Hasil prosentase penataan batas sesuai dengan syariat islam

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	20	20%
Setuju	54	54%
Ragu-Ragu	16	16%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Penataan batas shalat jamaah laki-laki dan perempuan sesuai dengan syariat islam", diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 54 responden (54%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 20 (20%), sebanyak 16 responden (16%) ragu-ragu, 9 responden (9%) tidak setuju dan 1 (1%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya

[17] Observasi peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa penataan batas shalat jamaah laki-laki dan perempuan sesuai dengan syariat islam.

Penataan batas sholat antar laki-laki dan perempuan di Executive Mushola sudah sesuai dengan syariat Islam, yakni untuk baris laki-laki berada di depan dan untuk perempuan, keduanya tetap dalam satu ruangan yang diberi pembatas kayu jati hias.[18]

Akan tetapi ada sedikit kekurangan dari alat pembatas tersebut, yakni terdapat celah-celah diantara kayu yang membuat tempat shalat wAnita dapat terlihat dari tempat laki-laki, jadi untuk jamaah perempuan yang menggunakan hijab tidak leluasa. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu narasumber "*nutup* ini saja (pembatas shalat) *biar* tertutup jadi *kalo* buka jilbab *gak* kelihatan (auratnya)"[19]

7) Peralatan shalat bersih

Tabel IV. 12
Hasil prosentase peralatan shalat bersih

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	29	29%
Setuju	47	47%
Ragu-Ragu	9	9%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

[18] Observasi peneliti
[19] Wawanara dengan Mbak Nurul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel diatas, pernyataan "Peralatan shalat (mukenah, sajadah, sarung) bersih" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 47 responden (47%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 29 (29%), sebanyak 9 responden (9%) ragu-ragu, 8 responden (8%) tidak setuju dan 7 (7%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa peralatan shalat (mukenah, sajadah, sarung) bersih.

Kebersihan peralatan sholat pun menjadi salah satu prioritas dalam kebersihan mushola, untuk mukenah sendiri setiap 2 hari sekali di ganti dengan yang bersih dan yang kotor segera di *laundry*, serta sajadah/karpet setiap 2 bulan sekali di *laundry*.[20]

Mbak Luluk mengatakan bahwa "mukenahnya juga bersih, enak nyaman dipakai", Ibu Heni juga menyampaikan "memang beberapa bersih", Ibu Novita sependapat bahwa "Mukenah sudah bagus, dibuat ada gantungan, jadi *gak* jadi kuman *gituloh*". Sedangkan Ibu Dewi menyatakan mengenai kerapian mukenahnya "rapi lihat mukenahnya"[21]

8) Tempat shalat bersih

Tabel IV. 13
Hasil prosentase tempat shalat bersih

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	38	38%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	13	13%

[20] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)
[21] Wawancara dengan Mbak Luluk, Ibu Heni, Ibu Novita dan Ibu Dewi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Tabel diatas, pernyataan "Tempat shalat bersih" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 39 responden (39%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 38 (38%), sebanyak 13 responden (13%) ragu-ragu, 8 responden (8%) tidak setuju dan 3 (3%) menjawab sangat tidak setuju . Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa tempat shalat bersih.

Kebersihan tempat shalat dilakukan sebanyak dua kali dalam sehari, yakni saat Mushola akan dibuka (jam 10 pagi) dan akan ditutup (ba'da shalat isya), tetapi kadang juga dibersihkan selain pada jam yang telah ditentukan, hal itu dilakukan jika tempat shalat mulai kotor maka akan langsung dibersihkan.[22]

Mengenai kebersihan tempat sholat, Ibu Dewi dan Mbak Luluk sependapat bahwa tempat shalat sudah bersih, ditambah pernyataan dari Ibu Novita "Bersih, nyaman dan indah". Mbak Ani pun ikut setuju dengan menyatakan "*Kalo* untuk kebersihannya saya lihat *sih* sudah bersih, *gak* ada orang buang sampah sembarangan juga, karpetnya juga bersih *gak* banyak debu, biasanyakan ada yang banyak debunya terus baunya *gak* enak " [23]

9) Tempat wudlu bersih

[22] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)
[23] Wawancara Ibu Dewi, Mbak Luluk, Ibu Novita dan Mbak Ani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 14
Hasil prosentase tempat wudlu bersih

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	38	38%
Setuju	44	44%
Ragu-Ragu	8	8%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Tempat wudlu bersih" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 44 responden (44%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 38 (38%), sebanyak 8 responden (8%) ragu-ragu, 7 responden (7%) tidak setuju dan 3 (3%) menjawab sangat tidak setuju . Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa tempat wudlu bersih.

Kebersihan tempat wudlu dan ruangan Executive Mushola dilakukan sebanyak dua kali dalam sehari, sama dengan kebersihan tempat ibadah, yakni saat Mushola akan dibuka (jam 10 pagi) dan akan ditutup (ba'da shalat isya). [24] Akan tetapi jika mushola terlihat kotor akan langsung dibersihkan, tidak menunggu waktu untuk membersihkan (kondisional).

[24] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10) Air untuk bersuci bersih

Tabel IV. 15
Hasil prosentase air untuk bersuci bersih

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	43	43%
Ragu-Ragu	5	5%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	11	11%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Air untuk bersuci bersih" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 43 responden (43%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 35 (35%), sebanyak 5 responden (5%) ragu-ragu, 6 responden (6%) tidak setuju dan 11 (11%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa air untuk bersuci bersih.

Air yang digunakan untuk berwudlu bersih, tidak berbau serta tidak berwarna,[25] ini merupakan syarat sah air jika akan digunakan untuk bersuci. Selain itu debit air juga lancar, sehingga wudlu dapat maksimal.

[25] Observasi peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11) Jumlah Mukenah/sarung memadai

Tabel IV. 16
Hasil prosentase jumlah mukenah/sarung memadai

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	31	31%
Ragu-Ragu	25	25%
Tidak Setuju	13	13%
Sangat Tidak Setuju	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Jumlah Mukenah/sarung memadai" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 31 responden (31%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 23 (23%), sebanyak 25 responden (25%) ragu-ragu, 13 responden (13%) tidak setuju dan 8 (8%) menjawab sangat tidak setuju . Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa jumlah mukenah/sarung memadai.

Pakaian sholat seperti mukenah dan sarung disediakan di Executive Mushola, untuk jumlah mukenah ada 200, sarung 20, serta kopyah 5. Akan tetapi, itu semua tidak dikeluarkan pada satu waktu, biasanya mukenah dikeluarkan hanya beberapa saja, sedangkan yang lainnya disimpan untuk dibuat hari berikutnya.[26]

Disiapkan juga lemari ukuran sedang model gantungan untuk tempat mukenah di bagian wanita agar mukenah tidak mudah bau difungsikan untuk menggantung mukenah yang telah digunakan

[26] Catatan inventori operasional

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengunjung. Sedangkan untuk tempat sarung dan kopyah di tempat laki-laki disediakan lemari sedangl tanpa gantungan.[27]

12) Karpet dapat menjangkau seluruh jamaah

Tabel IV. 17
Hasil prosentase karpet dapat menjangkau seluruh jamaah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	33	33%
Setuju	45	45%
Ragu-Ragu	13	13%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas dengan pernyataan "Karpet dapat menjangkau seluruh jamaah" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 45 responden (45%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 33 (33%), sebanyak 13 responden (13%) ragu-ragu, 7 responden (7%) tidak setuju dan 6 (6%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa karpet dapat menjangkau seluruh jamaah.

Karpet sebagai pengganti sajadah disediakan oleh takmir dalam jumlah yang besar dan memenuhi seluruh ruangan mushola. Pengunjung tidak perlu menggunakan sajadah lagi, karena seluruh

[27] Observasi Peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagian lantai mushola sudah ada karpetnya. Untuk kebersihan karpet dilakukan *laundry* setiap dua bulan sekali.[28]

13) Tempat wudlu berfungsi dengan baik

Tabel IV. 18
Hasil prosentase tempat wudlu berfungsi dengan baik

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	46	46%
Ragu-Ragu	12	12%
Tidak Setuju	7	7%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Tempat wudlu berfungsi dengan baik" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 46 responden (46%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 35 (35%), sebanyak 12 responden (12%) ragu-ragu, 7 responden (7%) tidak setuju dan 0 (0%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa tempat wudlu berfungsi dengan baik.

Tempat wudlu pada mushola memiliki penataan yang baik, karena dibedakan antara tempat laki-laki dan perempuan dan semua keran air untuk berwudlu berfungsi dengan baik, selain itu keadaannya juga bersih dan lantai tidak licin dan juga disediakan kaca yang berukuran besar di belakang tempat wudlu.[29]

[28] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)
[29] Observasi Peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

14) Al-Qur'an dalam kondisi baik dan tertata rapi

Tabel IV. 19
Hasil prosentase Al-Qur'an dalam kondisi baik dan tertata rapi

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	15	15%
Setuju	53	53%
Ragu-Ragu	14	14%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Al-Qur'an dalam kondisi baik dan tertata rapi" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 53 responden (53%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 15 (15%), sebanyak 14 responden (14%) ragu-ragu, 11 responden (11%) tidak setuju dan 6 (6%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa Al-Qur'an dalam kondisi baik dan tertata rapi.

Keberadaan Al-Quran di Executive Mushola memang masih sedikit, tetapi meski jumlahnya tidak banyak, kondisinya masih dalam keadaan baik dan tertata rapi berada di rak bagian atas tempat mukenah untuk di tempat perempuan dan di bagian laki-laki berada di lemari kecil tempat sarung dan kopyah. Gambar mengenai kondisi Al-Quran dapat dilihat pada lampiran.

15) Fasilitas ibadah di Grand City Surabaya sesuai dengan harapan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 20
Hasil prosentase fasilitas ibadah di Grand City Surabaya sesuai dengan harapan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	46	46%
Setuju	38	38%
Ragu-Ragu	6	6%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Fasilitas ibadah di Grand City Surabaya sesuai dengan harapan" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 46 responden (46%), sedangkan yang memberikan jawaban setuju dengan jumlah 38 (38%), sebanyak 6 responden (6%) ragu-ragu, 4 responden (4%) tidak setuju dan 6 (6%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya sangat setuju bahwa fasilitas ibadah di Grand City Surabaya sesuai dengan harapan.

Fasilitas ibadah di Grand City Surabaya sesuai dengan harapan adalah kepuasan pengunjung terhadap fasilitas mushola yang ada. Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner dan wawancara, banyak yang menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan fasilitas ibadah yang disediakan, diantaranya Mbak Nurul yang menyatakan "Puas", Mbak Ani "Iya sangat puas, tempatnya ituloh yang strategis, kalau di mall-mall lain mushola di nomor sekiankan, maksudnya itu kadang diletakkan di deket parkir pokoknya di nomor *sekiankanlah*, kalau di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Grand City ini musholanya itu tertata di tengah-tengah , rapi dan bersih", serta Mbak Luluk menyatakan "*Iyah* puas".[30]

Tidak hanya itu, Ibu Heni menambahkan bahwa "saya senang beribadah di sini ini tenang, saya pernah sholat disini di waktu dhuhur, terus ashar, *sampek* magrib. Apalagi disaat puasa, sebelum buka puasa mereka sholat sangat ramai disini, jadi jika ada pemilik pertokoan atau mall tidak mengutamakan sarana seperti ini (Executive Mushola) maka sangat disayangkan sekali".[31]

16) Memilih belanja di Grand City Surabaya yang memiliki fasilitas mushola dari pada mall lain yang tidak memiliki fasilitas ibadah

Tabel IV. 21
Hasil prosentase memilih belanja di Grand City Surabaya yang memiliki fasilitas mushola dari pada mall lain yang tidak memiliki fasilitas ibadah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	31	31%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	14	14%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Tabel diatas, pernyataan "Anda lebih memilih belanja di Grand City Surabaya yang memiliki fasilitas mushola daripada mall lain yang tidak memiliki fasilitas ibadah" diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 39 responden (39%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 31

[30] Wawancara dengan Mbak Nurul, Mbak Ani dan Mbak Luluk
[31] Wawancara dengan Ibu Heni

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(31%), sebanyak 14 responden (14%) ragu-ragu, 9 responden (9%) tidak setuju dan 7 (7%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa lebih memilih mengunjungi Grand City Surabaya yang memiliki fasilitas mushola daripada mall lain yang tidak memiliki fasilitas ibadah.

Hal tersebut didikung dengan pernyataan dari beberapa informan, diantaranya Ibu Dewi yang mengatakan "saya lebih suka mengunjungi mall yang ada musholanya seperti di Grand City Surabaya ini", dan menurut Mbak Ani "*Kalo* saya *sih* lebih memilih yang musholanya bagus".[32]

17) Minat untuk mengunjungi kembali Grand City Surabaya karena memiliki fasilitas mushola

Tabel IV. 22
Hasil prosentase minat kunjungan ulang

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	53	53%
Ragu-Ragu	11	11%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah	100	100%

Tabel diatas, pernyataan "berminat mengunjungi kembali Grand City Surabaya karena memiliki fasilitas mushola", diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 53 responden (53%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju

[32] Wawancara dengan Ibu Dewi dan Mbak Ani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan jumlah 30 (30%), sebanyak 11 responden (11%) ragu-ragu, 2 responden (2%) tidak setuju dan 4 (4%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa mereka berminat mengunjungi kembali Grand City Surabaya karena memiliki fasilitas mushola.

Hal ini diperkuat dengan data dari frekuensi kunjungan ulang para responden yang telah mengisi kuesioner, yakni dimana sebanyak 61% responden telah mengunjungi Grand City Surabaya sebanyak dua kali atau lebih, itu dapat diartikan bahwa pengunjung berminat untuk mengunjungi lagi Grand City Surabaya.

Selain itu, didukung pernyataan dari beberapa responden, seperti Ibu Dewi yang mengatakan "iya saya sering kesini, *soalnya* musholanya enak", dan Ibu Heni "Iya, *InsyaAllah*, memang ya *Alhamdulillah* kadang-kadang kita sama keluarga sering kesini".[33]

[33] Wawancara dengan Ibu Dewi dan Ibu Heni

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

18) Merekomendasikan kepada teman/saudara untuk mengunjungi Grand City Surabaya (tekait fasilitas mushola)

Tabel IV. 23
Hasil prosentase merekomendasikan kepada teman/saudara

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	24	24%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	20	20%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Jumlah	100	100%

Tabel diatas, pernyataan "akan merekomendasikan kepada teman/saudara untuk mengunjungi Grand City Surabaya (tekait fasilitas mushola)", diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 39 responden (39%), sedangkan yang memberikan jawaban sangat setuju dengan jumlah 24 (24%), sebanyak 20 responden (20%) ragu-ragu, 10 responden (10%) tidak setuju dan 7 (7%) menjawab sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya setuju bahwa akan merekomendasikan kepada teman/saudara untuk mengunjungi Grand City Surabaya (tekait fasilitas mushola).

Selain itu, beberapa informan menyatakan setuju bahwa mereka juga merekomendasikan untuk mengunjungi Grand City Surabaya kepada teman/saudara karena memiliki fasilitas mushola yang bagus, seperti yang dikatakan oleh Mbak Nurul "ya, saya pernah merekomendasikan dan bilang *kalo* mushola yang paling bagus itu musholanya Grand City Surabaya" dan juga pernyataan dari Mbak Ani

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"iya saya akan merekomendasikan tempat ini (Grand City Surabaya) ke keluarga saya".

Selain itu, juga pernyataan dari Ibu Novita "Oh sudah, dan semuanya orang di surabaya tau kalau yang *terbagus* itu ya disini", serta dari Ibu Heni "Oh iya, saya pernah waktu itu dengan teman-teman *mau* ada acara *nonton*, padahal gedung bioskop ada dimana-mana ya, ada di Grand City Surabaya, TP, Sutos atau di Ciputra World, yang saya sampaikan hanya, ayo cari tempatnya yang enak juga yang ada musholanya, saya rekomendasikan Grand City Surabaya ini dan Sutos, Ciputra World juga, cuma kalau misalkan tempatnya jauh meskipun tempatnya bagus dengan tujuan *standart* saya lebih rekomendasi di Grand City Surabaya ini".[34]

3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat.[35] Uji validitas dilaksanakan terhadap masing-masing butir pertanyaan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan tersebut mempunyai hubungan terhadap nilai satu skor total. Rumus yang digunakan dalam uji validitas adalah korelasi *product moment* dari *Pearson.* Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk setiap item pertanyaan berdasarkan perhitungan data dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistics* 20 *for windows*:

[34] Wawancara Ibu Novita dan Ibu Heni
[35] R. Gunawan Sudarmanto, 2013, *Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program IBM SPSS Statistics 19*, Jakarta, Mitra Wacana Media, hal. 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 24
Uji validitas variabel fasilitas

Item Pertanyaan	r hitung	r Tabel	Keterangan
A1	0.556**	0.361	Valid
A2	0.524**	0.361	Valid
A3	0.784**	0.361	Valid
A4	0.488**	0.361	Valid
A5	0.628**	0.361	Valid
A6	0.623**	0.361	Valid
B1	0.486**	0.361	Valid
B2	0.699**	0.361	Valid
B3	0.707**	0.361	Valid
B4	0.684**	0.361	Valid
C1	0.723**	0.361	Valid
C2	0.654**	0.361	Valid
C3	0.682**	0.361	Valid
C4	0.485**	0.361	Valid

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Dari hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (*rhitung*) setiap item pertanyaan pada kuisioner variabel fasilitas dinyatakan valid karena r *hitung* > r *tabel* yaitu sebesar 0,361.

Tabel IV. 25
Uji validitas variabel kepuasan

Item Pertanyaan	Harga Koefisien r hitung	Harga Koefisien r Tabel	Kesimpulan
1	0.683**	0.361	Valid
2	0.558**	0.361	Valid
3	0.828**	0.361	Valid
4	0.874**	0.361	Valid

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Uji validitas di atas, telah menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (*r hitung*) setiap item pertanyaan pada kuisioner variabel kepuasan dinyatakan valid karena r *hitung* > r *tabel* yang sebesar 0,361.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan alat untuk mengukur instrument terhadap ketepatan (konsisten).[36] Dalam uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha.* Menurut Sekaran, nilai reliabilitas jika kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.[37] Pengolahan data dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistics* 20 *for windows,* diketahui reliabilitas setiap variabel sebagai berikut :

Tabel IV. 26
Uji Reliabilitas tiap item pertanyaan

Item Pertanyaan	r hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.878	0.60	Reliabel
2	0.881	0.60	Reliabel
3	0.871	0.60	Reliabel
4	0.879	0.60	Reliabel
5	0.878	0.60	Reliabel
6	0.879	0.60	Reliabel
7	0.882	0.60	Reliabel
8	0.872	0.60	Reliabel
9	0.871	0.60	Reliabel
10	0.875	0.60	Reliabel
11	0.871	0.60	Reliabel
12	0.874	0.60	Reliabel
13	0.872	0.60	Reliabel
14	0.878	0.60	Reliabel
15	0.879	0.60	Reliabel
16	0.886	0.60	Reliabel
17	0.876	0.60	Reliabel
18	0.874	0.60	Reliabel

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

[36] Husain Usman dan Purnomo Setiadi, 2012, *Pengantar Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta. hal. 287
[37] Dwi priyanto, 2009, *Mandiri Belajar SPSS*, hal. 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari keterangan tabel diatas, dapat diketahui masing-masing item pertanyaan memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 , maka berdasarkan uji reliabilitas, variabel *independen* (fasilitas ibadah) dan variabel *dependen* (kepuasan) dapat dikatakan reliabel. Berikut ini juga nilai keseluruhan *Cronbach's Alpha* dari semua item pertanyaan.

Tabel IV. 27
Nilai *Cronbach's Alpha*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	**18**

Sumber : Data primer yang telah diolah (2015)

Berdasarkan tabel jumlah keseluruhan nilai *Cronbach's Alpha* dari semua item pertanyaan, didapatkan nilai sebesar 0,883, dan itu berarti reliabilitas instrument baik, karena 0,883 > 0,60.

5. Uji normalitas

Uji normalitas Kolmogorov-Sminov dengan program IBM SPSS *Statistics* 20 *for windows* :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 28
Uji normalitas Kolmogorov-Sminov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		**100**
Normal Parameters[a,b]	Mean	**0E-7**
	Std. Deviation	**2.54447541**
Most Extreme Differences	Absolute	**.094**
	Positive	**.057**
	Negative	**-.094**
Kolmogorov-Smirnov Z		**.940**
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.340**
a. Test distrIbution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan hasil tabel normalitas diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,340 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diujikan berdistribusi normal.

6. Uji Linieritas

Tabel IV. 29
Uji Linieritas

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pengunjung * Fasilitas Ibadah	Between Groups	(Combined)	**630.176**	**24**	**26.257**	**3.933**	**.000**
		Linearity	**489.879**	**1**	**489.879**	**73.384**	**.000**
		Deviation from Linearity	**140.297**	**23**	**6.100**	**.914**	**.581**
	Within Groups		**500.664**	**75**	**6.676**		
	Total		**1130.840**	**99**			

Berdasarkan nilai signifikan pada tabel diatas, yakni 0,581 lebih besar dari 0,05. Yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel fasilitas ibadah (X) dengan kepuasan pengunjung (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Uji Homogeitas

Tabel IV. 30
Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
Fasilitas Ibadah			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.148	**11**	**85**	**.336**

Dari hasil di atas dapat diketahui signifikansi sebesar 0,336. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki varian sama.

8. Uji Analisis Regresi Sederhana

Tabel IV. 31
Uji *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
kepuasan pengunjung mall	**15.46**	**3.380**	**100**
fasilitas ibadah	**55.42**	**6.233**	**100**

Pada tabel *Descriptive Statistics* diatas memberikan informasi mengenai mean. Standard deviasi merupakan banyaknya data dari variabel-variabel *independent* dan *dependent.*

- Rata-rata (*mean*) kepuasan pengunjung mall (dengan jumlah subyek N=100) adalah 15.46 , dengan standar deviasi 3.380.
- Rata-rata (*mean*) fasilitas ibadah (dengan jumlah subyek N=100) adalah 55.42, dengan standar deviasi 6.233.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 32
Uji Correlations

Correlations			
		kepuasan pengunjung mall	fasilitas ibadah
Pearson Correlation	kepuasan pengunjung mall	**1.000**	**.658**
	fasilitas ibadah	**.658**	**1.000**
Sig. (1-tailed)	kepuasan pengunjung mall	**.**	**.000**
	fasilitas ibadah	**.000**	**.**
N	kepuasan pengunjung mall	**100**	**100**
	fasilitas ibadah	**100**	**100**

Pada tabel Correlations diatas memuat korelasi/hubungan antara variabel fasilitas ibadah dengan kepuasan pengunjung mall.

- Besarnya korelasi adalah 0,658, dengan signifikansi 0,000 , karena signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara fasilitas ibadah dengan kepuasan pengunjung mall.
- Berdasarkan harga koefisien korelasi yang positif yaitu 0,658, maka arah hubungannya adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak fasilitas ibadah yang diberikan maka akan diikuti oleh semakin tinggi pula kepuasan pengunjung mall.

Tabel IV. 33
Uji *Variabels Entered*

Variabels Entered/Removed[a]			
Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	**fasilitas ibadah[b]**	**.**	**Enter**
a. Dependent Variabel: kepuasan pengunjung mall			
b. All requested variabels entered.			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel *Variabels Entered*, menunjukkan variabel yang dimasukkan adalah variabel fasilitas ibadah, dan tidak ada variabel yang dikeluarkan (*removed*), karena metode yang digunakan adalah metode *enter*.

Tabel IV. 34
Model Summary

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	**.658[a]**	**.433**	**.427**	**2.557**	**1.614**
a. Predictors: (Constant), fasilitas ibadah					
b. Dependent Variabel: kepuasan pengunjung mall					

Pada tabel *model summary*, diperoleh **R *Square*** sebesar 0,433, angka ini adalah hasil pengkuadratan dari harga koefisien korelasi (0,658 x 0,658 = 0,433). **R *Square*** disebut juga koefisien determinasi yang berarti 43,3% variabel kepuasan pengunjung dipengaruhi/dijelaskan oleh variabel fasilitas ibadah, sisanya sebesar 56,7% oleh variabel lainnya. **R *Square*** berkisar dalam rentang antara 0 sampai 1, semakin besar harga **R *Square*** maka semakin kuat hubungan kedua variabel.

Tabel IV. 35
Uji ANOVA

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	**489.879**	**1**	**489.879**	**74.900**	**.000[b]**
	Residual	**640.961**	**98**	**6.540**		
	Total	**1130.840**	**99**			
a. Dependent Variabel: kepuasan konsumen mall						
b. Predictors: (Constant), fasilitas ibadah						

Tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 74,900, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti bahwa model regresi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperoleh nantinya dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pengunjung mall.

Tabel IV.36
Uji *Coefficients*

Coefficients[a]									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Fraction Missing Info.	Relative Increase Variance	Relative Efficiency
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-4.318	2.300		-1.878	.063			
	Fasilitas Ibadah (X)	.357	.041	.658	8.654	.000			
a. Dependent Variabel: Kepuasan Pengunjung (Y)									

Pada tabel *Coefisient*, diperoleh model regresi sebagai berikut :

Y = - 4.318 + 0,357X

Y = Kepuasan Pengunjung mall
X = Fasilitas Ibadah

Maksud dari model regresi tersebut adalah :

- Konstanta sebesar **- 4.318** menyatakan bahwa jika tidak ada fasilitas ibadah, maka kepuasan pengunjung adalah **- 4.318.**
- Koefisien regresi sebesar **0,357** menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 skor fasilitas ibadah akan meningkatkan kepuasa pengunjung mall sebesar **0,357.**
- Untuk analisis regresi linier sederhana, harga koefisien korelasi (**0,658)** adalah harga *Standardized Coefficients* (beta).

C. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t), digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen* (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Dari hasil analisis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

regresi di atas dapat diketahui nilai t hitung seperti pada tabel 2. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

a) Menentukan Hipotesis

Ha : Ada pengaruh secara signifikan antara fasilitas ibadah dengan kepuasan konsumen

Ho : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara fasilitas ibadah dengan kepuasan konsumen

b) Menentukan tingkat signifikansi, tingkat signifikansi menggunakan α = 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang digunakan dalam penelitian)

c) Menentukan t hitung, berdasarkan tabel Coefficients diperoleh t hitung sebesar **8.654**

d) Menentukan t tabel, tabel distribusi t dicari pada α = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-2 atau 100 - 2 = 98 (n adalah jumlah responden), dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar **1,985**

e) Kriteria Pengujian

Ho ditolak jika t hitung > t tabel

Ho diterima jika t hitung < t tabel

f) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel (8.654 > 1,985) maka Ho ditolak.

g) Oleh karena nilai t hitung > t tabel (**8.654** > 1,985) maka Ho ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara fasilitas ibadah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan kepuasan konsumen. Jadi dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa fasilitas ibadah secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mall.

D. Manajemen Pengelolaan Mushola di Grand City Surabaya

Adanya manajemen pengelolaan mushola Grand City Surabaya digunakan sebagai penunjang untuk pengembangan dan kemajuan mushola. Hal in ditandai dengan adanya struktur organisasi kepengurusan dan pengadministrasian sebagai cerminan berjalannya roda organisasi. Nickels, McHugh and McHugh menyatakan dalam Ernie bahwa menajemen merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.[38]

Pelaksanaan kegiatan manajemen pengelolaan mushola Grand City Surabaya menerapkan fungsi-fungsi dari manajemen. Hal tersebut dilakukan agar semua kegiatan dapat dikerjakan dengan teratur dan terarah. Adapun fungsi-funsi manajemen yang diterapkan di mushola Grand City Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan

Perancanaan diperlukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, begitupun dengan mushola Grand City Surabaya dalam mencapai tujuannya dibuat beberapa perencanaan, diantaranya perencanaan jangka pendek dan

[38] Ernie Tisnawati, 2005, *Pengantar Manajemen*, Prenada Media, Jakarta, hal. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangka panjang. Program jangka pendek diantaranya pembelian *vacum cleaner* untuk membersihkan karpet mushola, pembelian keset anti slip 2 unit, pembuatan seragam untuk (baju warna hijau dan celana hitam) masing-masing 2 stel, menguraingi debit air kran di tempat wudhlu, pembelian sajadah, pembelian kotak amal baru dari kayu.

Sedangkan untuk rencana jangka panjang adalah renovasi mushola (pengecatan, pemasangan wallpaper, dll), Melengkapi *signage- signage* untuk mushola, diadakan tabligh akbar setiap 3 bulan sekali dengan mengundang Mall lain di Surabaya.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian dilakukan dengan pembagian jabatan takmir mushola Grand City Surabaya dan pembagian kerja. Anggota takmir diambil dari karyawan manajemen Grand City Surabaya. Adanya pengorganisasian dapat mempermudah pelaksanaan rencana kegiatan dan pendistribusian kegiatan.

Kegiatan pengorganisasian di mushola Grand City Surabaya masih belum maksimal, ini dikarenakan adanya anggota takmir yang memiliki jabatan rangkap dalam struktur organisasi. Akan tetapi, meski ada anggota takmir yang memiliki jabatan rangkap, kegiatan yang telah direncanakan dapat berjalan dengan lancar.[39]

3. Penggeraan

Fungsi penggerakan merupakan fungsi yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan organisasi. Proses ini dilaksanakan oleh

[39] Observasi peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemimpin/ketua dan anggota, dan membutuhkan kerja keras dari keduanya untuk mencapai suksesnya kegiatan.

Penggeraan dilakukan oleh takmir mushola Grand City Surabaya dalam melaksanakan berbagai kegiatan, bahkan diluar anggota takmit juga turut serta, yakni manajemen Grand City Surabaya. Seperti dalam kegiatan buka puasa di bulan Ramadhan, takmir masjid menawarkan pada karyawan manajemen Grand City Surabaya dan para *tenant* untuk ikut serta berpartisipasi dalam menyiapkan takjil gratis bagi para jamaah yang saat magrib ada di area mushola. [40]

4. Pengawasan

Pengawasan dilakukan untuk memastikan bahwa apa yang telah dikerjakan sesuai dengan perencanaan. Terlaksananya fungsi ini dapat membuat semua pengurus tau akan adanya kesalahan, kekurangan, rintangan, tantangan dan mengukur keberhasilan dan kegagalan dalam mencapai tujuan.

Pelaksanaan fungsi pengawasan yang dilakukan di mushola Grand City Surabaya salah satunya dalam kegiatan pengelalaan keuangan. Sumber dana mushola berasal dari sumbangan jamaah mushola dan manajemen Grand City Surabaya. Laporan dilakukan setiap bulan dalam rapat takmir dan pendapatan mingguan dari kotak amal disampaikan kepada jamaah ketika selesai diadakan sholat jum'at.[41]

[40] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)
[41] Wawancara dengan Bapak Sujak Mardianto (Operasional Mushola)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Intepretasi Hasil Penelitian (Analisis Data)

Menjalankan sebuah bisnis mall, pengelola harus dapat memahami perilaku konsumen dan berusaha mewujudkan harapannya. Salah satunya adalah menyediakan berbagai fasilitas penunjang kegiatan pengunjung agar tercipta kepuasan konsumen. Diantara berbagai fasilitas yang disediakan mall, salah satunya adalah fasilitas ibadah. Tempat ibadah seperti mushola atau masjid biasanya sudah disediakan oleh pengelola mall akan tetapi keberadaannya kurang mendapat perhatian.

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana peran fasilitas ibadah yang disediakan mall mempengaruhi kepuasan pengunjung, utamanya pengunjung Executive Mushola Grand City Surabaya sebagai tempat penelitian.

Ditinjau dari indikator desain *interior* dan *ekterior*, berdasarkan pernyataan responden menunjukkan bahwa Executive Mushola Grand City Surabaya memiliki desain *interior* dan *ekterior* yang baik dan bagus. Lalu dilanjut dengan indikator kebersihan fasilitas mushola, sebagaian besar responden setuju bahwa keadaan Executive Mushola Grand City Surabaya rapi dan bersih karena setiap hari selalu ada petugas yang membersihkannya. Selanjutnya indikator kelengkapan yang disediakan di dalam mushola, banyak responden setuju bahwa Executive Mushola Grand City Surabaya telah menyediakan perlengkapan yang semestinya ada di setiap mushola, seperti mukenah, sarung, tempat wudlu dan yang lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya nilai korelasi adalah 0,658, dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara fasilitas ibadah dengan kepuasan pengunjung mall.

Berdasarkan harga koefisien korelasi yang positif yaitu 0,658, maka arah hubungannya adalah positif dan secara parsial fasilitas memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, pengelola harus menyediakan fasilitas yang baik dan memadai. Semakin banyak fasilitas ibadah yang diberikan maka akan diikuti oleh semakin tinggi pula kepuasan pengunjung mall. Fasilitas ibadah dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi yang cukup besar, yakni 0,433 atau 43,3% artinya kontribusi fasilitas ibadah dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung mall sebanyak 43,3% .

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat Tjiptono yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan salah satu sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan pada konsumen. Dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yakni kondisi fasilitas, kelengkapan, desain *nterior* dan *eksterior* serta kebersihannya harus dipertimbangkan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau di dapat konsumen secara langsung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil penelitian baik secara empiris di lokasi penelitian maupun secara statistik menunjukkan nilai koefisien yang positif pada variabel fasilitas. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas ibadah yang disediakan Grand City Surabaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Executive Mushola.

Model regresi linier sederhana yang telah dihitung dalam penelitian ini adalah **Y = - 4.318 + 0,357X**, yang artinya konstanta sebesar **- 4.318** menyatakan bahwa jika tidak ada fasilitas ibadah, maka kepuasan pengunjung adalah **- 4.318.** Koefisien regresi sebesar **0,357** menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 skor fasilitas ibadah akan meningkatkan kepuasa pengunjung mall sebesar **0,357.** Untuk analisis regresi linier sederhana, harga koefisien korelasi (**0,658)** adalah harga *Standardized Coefficients* (beta).

Langkah terakhir adalah melakukan uji t yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi di atas dapat diketahui nilai t hitung sebesar **8.654**, dan t tabel pada sebesar **1,985**. Oleh karena nilai t hitung > t tabel (**8.654** > 1,985) maka Ho ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara fasilitas ibadah dengan kepuasan konsumen. Jadi dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa fasilitas ibadah secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mall.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal tersebut di dukung dengan pernyataan langsung dari beberapa pengunjung yang telah merasakan fasilitas mushola, diantaranya Mbak Ani yang menyatakan"Iya sangat puas, tempatnya *ituloh* yang strategis, kalau di mall-mall lain mushola di nomor sekiankan, maksudnya itu kadang diletakkan di deket parkir pokoknya di nomor *sekiankanlah*, kalau di Grand City ini musholanya itu tertata di tengah-tengah, rapi dan bersih". Selain itu pengunjung juga merasakan ketenangan dan kenyamanan saat berada di mushola, seperti yang dinyatakan Ibu Heni "saya senang beribadah di sini ini tenang, saya pernah sholat disini di waktu dhuhur, terus ashar, *sampek* magrib. Apalagi disaat puasa, sebelum buka puasa mereka sholat sangat ramai disini, jadi jika ada pemilik pertokoan atau mall tidak mengutamakan sarana seperti ini maka sangat disayangkan sekali".

Pernyataan dari para pengunjung tersebut juga didukung dengan keadaan di Executive Mushola Grand City Surabaya yang memang sangat diperhatikan mulai dari kebersihan, penataan serta menerima masukan yang datang dari para pengunjung.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa faktor fasilitas ibadah bernilai positif, hal ini berarti setiap terjadi kenaikan faktor fasilitas ibadah maka variabel kepuasan pengunjung mall akan mengalami kenaikan atau mengalami perubahan secara searah. Oleh karena itu agar dapat berhasil dalam usahanya, pihak pengembang mall perlu memahami bahwa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keberadaan fasilitas ibadah yang baik dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung yang beragama Islam dan taat beribadah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini diantaranya :

1. Ada pengaruh yang signifikan dari fasilitas ibadah terhadap kepuasan pengunjung mall.
2. Pengaruh fasilitas ibadah terhadap kepuasan pengunjung mall adalah sebesar 43,3%, dan sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
3. Manajemen pengelolaan mushola di Grand City Surabaya sudah terlaksana dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari terlaksananya empat fungsi manajemen, yakni perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

B. Saran dan Rekomendasi

Berikut ini saran dan harapan dari peneliti maupun beberapa pengunjung, yang kiranya dapat dipertimbangkan oleh pihak takmir Mushola maupun manajemen Grand City Surabaya:

1. Menambahkan partisi agar lebih tertutup antara tempat laki-laki dan perempuan.
2. Menambahkan tempat sandal, agar sandal tidak berceceran dan tertata rapi.

Ada pula saran yang ditujukan kepada mall selain Grand City Surabaya, dari beberapa informan diantaranya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Mushola masuk dalam target market pengembang mall, karena orang Indonesia dominan beragama Islam.
2. Melakukan perawatan terhadap fasilitas ibadah yang telah disediakan.
3. Harusnya fasilitas ibadah tidak diletakkan di ruang sisa seperti parkiran, hal tersebut dapat mengurangi kepuasan pengunjung mall.

Selain itu saran juga ditujukan kepada pengelola berbagai tempat umum seperti perkantoran, stasiun, terminal, bandara, sekolah, kampus, pasar, tempat wisata, dan tempat umum lainnya agar lebih memperhatikan dan merawat fasilitas ibadah yang telah disediakan, dan juga masyarakat atau para pengunjung juga harus turut serta merawat fasilitas yang ada.

Sedangkan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung mall selain dari sisi fasilitas ibadah, agar nantinya dapat sebagai perbandingan dalam penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id