

RISIKO PENGELOLA MALL DALAM MENGHADAPI *TENANT* PADA MALL XYZ DI YOGYAKARTA

Raphael Geraldo Putranindra^{1,*}, Jocelyn Latanza¹, Sinta Dewayani Putri¹, Harijanto Setiawan¹

¹ Program Studi Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jln Babarsari 43 Yogyakarta

*Corresponding authors: raphaelgeraldo10@gmail.com

Abstract: Yogyakarta Special Region is a tourist city that has a lot of economic potential through arts, culture, services, goods and entertainment. One growing sector is shopping centers such as malls, which play an important role in attracting local and international visitors. XYZ Mall in Yogyakarta is the object of this research, with a focus on tenant management as the main source of income as well as attracting visitors. The aim of this research is to identify the risks faced in tenant management and the strategies implemented to overcome them. tenants not only function as property tenants, but also as strategic elements that determine the success of the mall through the services, products and experiences offered to consumers. Through research, it was found that the main challenges in tenant management include unclear rental contracts, less effective communication, and competition between tenants. The strategy implemented includes digital technology-based management, such as a damage reporting system and online rental payments, as well as intensive communication through regular meetings between mall management and tenants. Good cooperation between the two parties also encourages holding interesting events that increase visitor traffic. This research emphasizes the importance of effective tenant management to maintain the mall's attractiveness, increase the number of visitors, and maintain revenue stability. This study provides strategic insight for mall management in managing tenant relationships optimally to face challenges and meet growing market needs. The research findings indicate that the mall acts as a facilitator, while tenants serve as the primary clients.

Keywords: tenants, mall, challenges, strategy, yogyakarta

Abstrak: Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota wisata yang memiliki banyak potensi ekonomi melalui seni, budaya, jasa, barang, dan hiburan. Salah satu sektor yang berkembang adalah pusat perbelanjaan seperti mall, yang memainkan peran penting dalam menarik pengunjung lokal maupun internasional. Mall XYZ di Yogyakarta menjadi objek penelitian ini, dengan fokus pada pengelolaan *tenant* sebagai sumber pendapatan utama sekaligus daya tarik pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi risiko yang dihadapi dalam manajemen *tenant* serta strategi yang diterapkan untuk mengatasinya. *Tenant* tidak hanya berfungsi sebagai penyewa properti, tetapi juga sebagai elemen strategis yang menentukan keberhasilan mall melalui layanan, produk, dan pengalaman yang ditawarkan kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah wawancara. Melalui penelitian, didapatkan bahwa risiko yang dihadapi manajemen mall meliputi resiko finansial, resiko kerusakan properti, resiko pergantian *tenant*, resiko ketidakcocokan tipe *tenant*, resiko reputasi, resiko regulasi. Strategi yang diterapkan mencakup pengelolaan berbasis teknologi digital, seperti sistem pelaporan kerusakan dan pembayaran sewa online, serta komunikasi intensif melalui pertemuan rutin antara manajemen mall dan *tenant*. Kerja sama yang baik antara kedua pihak juga mendorong penyelenggaraan event menarik yang meningkatkan trafik pengunjung. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan *tenant* yang efektif untuk mempertahankan daya tarik mall, meningkatkan jumlah pengunjung, dan menjaga stabilitas pendapatan. Studi ini memberikan wawasan strategis bagi manajemen mall dalam mengelola hubungan *tenant* secara optimal untuk menghadapi tantangan dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Hasil penelitian mendapatkan bahwa mall adalah fasilitator dan *tenant* sebagai klien utama.

Kata kunci : *tenant*, mall, tantangan, strategi, yogyakarta

1. PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota wisata yang memiliki banyak sekali peminat atau konsumen dari dalam atau luar negeri. Dengan menjadi kota wisata, Yogyakarta dapat mengembangkan pendapatan kota dari berbagai bentuk. Seperti seni, budaya, jasa, barang, dan hiburan yang dapat ditawarkan kepada konsumen.

Dalam mempermudah akses jual dan beli, sering sekali ditemui diberbagai daerah Yogyakarta bangunan-bangunan untuk pusat jual beli atau pusat perbelanjaan seperti Mall. Pusat perbelanjaan seperti mall, sering dihadapkan berbagai tantangan bagaimana manajemen dapat menjalankan bisnis dengan baik serta menghadirkan sesuatu yang berkualitas sehingga dapat menarik pengunjung sekaligus customer (Ibrahim et al., 2018). Mulai dari strategi komunikasi pemasaran, fasilitas yang disediakan, hingga jumlah serta variasi *tenant*. Melihat ketertarikan setiap pengunjung terhadap sebuah mall pasti dilatar-belakangi dengan alasan yang berbeda-beda. Ada pengunjung yang tertarik pada *tenant-tenant* yang berada di dalam mall tersebut, atau karena terselenggaranya *event*. Salah satu keunggulan yang dimiliki Mall XYZ adalah dengan banyaknya *tenant* yang dimiliki, mall ini dapat menyelenggarakan berbagai *event* yang menarik dan menghibur karena adanya kerjasama yang terjalin dengan baik antara kedua belah pihak yaitu *manajemen office mall* dan para *tenant*. *Manajemen office mall* melibatkan pengelolaan ruang yang digunakan untuk bisnis komersial (*office*) dan penyewaan ruang ritel (*tenant*). Fokusnya adalah menciptakan sinergi antara penyewa (*tenant*) dan operator mall untuk memastikan keberlanjutan dan keuntungan bersama. (Grewal et al., 2018)

Menurut (APSC, 2019) mall atau pusat perbelanjaan adalah kumpulan *tenant* ritel dan usaha komersial dalam bentuk lain yang dirancang, dikembangkan, dan dikelola sebagai satu kesatuan properti. Pusat ini terdiri dari beberapa *tenant* komersial dengan merek yang beragam yang disewakan. Dan menurut (ICSC, 2018) mall merupakan bangunan tertutup dengan jalur pejalan kaki yang menghubungkan deretan toko yang saling berhadapan. Istilah ini merujuk pada bentuk yang paling umum digunakan untuk pusat perbelanjaan dan sudah

menjadi sebutan informal untuk jenis pusat perbelanjaan tersebut. (satu properti yang menyediakan persewaan tempat untuk *tenant* ritel sebagai pusat perbelanjaan dengan banyak ragam jenis *tenant*).

Tenant adalah individu yang menyewa properti, layanan, atau sumber daya dari pemilik (*landlord*). Dalam konteks properti, *tenant* bertanggung jawab untuk membayar sewa sesuai perjanjian yang telah disepakati (Basche & Carter, 2021). Berdasarkan penelitian oleh (Ye et al., 2019) hubungan antara *tenant* dan pemilik sangat dipengaruhi oleh kejelasan kontrak sewa, pemeliharaan properti, serta kepatuhan hukum. Kontrak sewa-menyewa mencakup hak-hak *tenant* seperti akses properti, perbaikan, dan layanan utilitas. Selain itu, menurut (Basche & Carter, 2021) juga menyoroti bahwa *tenant* juga memiliki peran penting dalam dinamika ekonomi. Dalam manajemen properti, hubungan *tenant-landlord* adalah faktor kunci untuk menciptakan pengalaman sewa yang positif dan menjaga stabilitas pendapatan bagi pemilik properti.

Manajemen *tenant* melibatkan strategi untuk memastikan hubungan yang baik antara *tenant* dan pemilik. Penelitian oleh (Lee et al., 2021) menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dan penggunaan teknologi digital dalam mempermudah layanan kepada *tenant*, seperti pelaporan kerusakan properti atau pembayaran sewa secara online. Menurut (Kotler, 2019), Proses ini bertujuan menciptakan sinergi yang menguntungkan kedua belah pihak, dengan memastikan *tenant* dapat mendukung daya tarik mall, meningkatkan trafik pengunjung, dan memenuhi kebutuhan pasar yang ditargetkan. Menurut (Suciawan et al., 2014) Salah satu pihak yang terlibat dalam bisnis mall adalah *tenant*, yang merupakan elemen penting dan sumber pendapatan utama yang memiliki dampak signifikan terhadap kelangsungan operasional mall. Oleh karena itu, diperlukan divisi *Tenant Relations* untuk menjaga dan mengelola hubungan dengan setiap *tenant*, sehingga tercipta hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi Manajemen Mall. Dalam pengelolaan sebuah mall, risiko yang tidak terkelola dengan baik dapat memicu dampak signifikan, seperti ketidakpuasan *tenant*, hingga menurunnya daya tarik mall di mata konsumen. Oleh karena itu, pemahaman dan analisis yang mendalam mengenai berbagai risiko yang dihadapi pengelola mall

menjadi sangat penting untuk menjaga stabilitas operasional serta mempertahankan hubungan yang harmonis dengan *tenant*.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui berbagai risiko yang dihadapi manajemen mall dalam pengelolaan *tenant* dan upaya yang dilakukan manajemen mall untuk mengatasi berbagai risiko yang ada. Penelitian tentang manajemen pengelolaan *tenant* dilakukan pada Mall XYZ di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian hanya dilakukan pada *tenant* sebab *tenant* merupakan salah satu sumber pendapatan mall. Selain itu, *tenant* berperan sebagai daya tarik utama mall dengan menyediakan produk, layanan, atau pengalaman yang relevan bagi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada manajemen pengelolaan *tenant*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. (Wahidmurni, 2017) Metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah wawancara. Pada penelitian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian secara kualitatif deskriptif yaitu data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, dan bukan angka. (Firmansyah et al., 2021) Data tersebut berasal dari naskah wawancara. Dalam penelitian di lapangan dibutuhkan alat untuk memudahkan pelaksanaan penelitian. Alat yang digunakan adalah *recorder* (perekam suara) dan laptop.

Penelitian melibatkan 3 narasumber yang terdiri atas 2 *tenant relations* dan 1 *event relations*. *Tenant relations* adalah individu atau profesional yang bertugas menjembatani komunikasi dan hubungan antara pengelola properti (Adanlawo & Rugbeer, 2019). *Event relations* adalah profesional yang mengelola hubungan dan komunikasi dalam penyelenggaraan suatu acara (Hoyle, 2002). Tugas utamanya mencakup menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti klien, sponsor, dan media, serta memastikan keberhasilan acara dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Adapun data-data yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini yakni berupa data (naskah) wawancara dalam bentuk rekaman (*recording*). Selanjutnya data yang didapat dalam bentuk rekaman wawancara ditranskrip (*coding*) secara

utuh menggunakan bantuan *software Nvivo 15*. *Nvivo 15* adalah perangkat lunak analisis data kualitatif yang memudahkan proses *coding*, yaitu mengorganisasi, mengkategorikan, dan menganalisis data kualitatif (Dollah & Abduh, 2017). Langkah awal dalam mendapatkan hasil wawancara menggunakan *Nvivo 15* adalah mengimport data mentah hasil wawancara kedalam *software Nvivo 15*, setelah itu dapat dilakukan olah data dengan pendekatan *bottom up* pada *software Nvivo 15*. Pendekatan *bottom-up* adalah mengumpulkan semua data, kemudian dikategorikan data yang sejenis untuk ditarik kesimpulan (Suraprajit, 2019).

Data hasil wawancara dengan frasa atau kata-kata yang serupa dikelompokkan menjadi satu poin kesimpulan. Poin-poin kesimpulan ini dijadikan hasil penelitian (Rosaliza, 2015). metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan informasi dari narasumber melalui wawancara mendalam. Peneliti memulai dengan menggali pandangan, pengalaman, atau pengetahuan narasumber secara spesifik, untuk kemudian menyusun pola, tema, atau pemahaman yang lebih luas tentang fenomena yang diteliti.

3. HASIL

Hasil Penelitian ini terkait manajemen pengelolaan *tenant* pada Mall XYZ di Daerah Istimewa Yogyakarta, berdasarkan hasil berdiskusi dengan ketiga narasumber Mall XYZ didapatkan informasi menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini mengidentifikasi tantangan dalam pengelolaan *tenant* di Mall XYZ, Daerah Istimewa Yogyakarta, serta strategi manajemen untuk mengatasi tantangan tersebut.

Mall perlu mengatasi risiko-risiko tersebut dan melakukan upaya untuk mengatasi risiko yang terjadi seperti pada Mall XYZ dibawah ini:

Risiko

Risiko yang dihadapi pihak Manajemen Mall XYZ dalam menghadapi *tenant*:

a. Risiko finansial

Keterlambatan *tenant* dalam memenuhi kewajibannya membayar sewa dapat mengganggu stabilitas arus kas dan pendapatan mall. Hal ini juga berpotensi menurunkan nilai properti mall dan mengurangi peluang pendapatan dari aktifitas penjualan. Apabila *tenant* belum mencapai target bulanan maupun tahunan juga menjadi risiko mall.

b. Risiko kerusakan properti

Beberapa *tenant* mungkin tidak memelihara kondisi unit dengan baik, yang mengakibatkan biaya perbaikan tambahan. Kesalahan *tenant* dalam penggunaan fasilitas atau peralatan yang menyebabkan kerusakan. Mall mungkin harus menanggung biaya perbaikan atau renovasi untuk mengembalikan properti yang rusak, yang tidak hanya memengaruhi *tenant* tetapi juga bisa meningkatkan biaya operasional mall. Kerusakan properti *tenant* dapat mempengaruhi kegiatan operasional mall secara keseluruhan, terutama jika area tertentu harus ditutup untuk perbaikan atau jika *tenant* kunci terkena dampak

c. Risiko pergantian *tenant*

Pergantian *tenant* yang terlalu sering juga mengakibatkan ketidakstabilan bagi mall dan mempengaruhi pengalaman pengunjung. Risiko ini dapat muncul akibat keputusan *tenant* untuk berpindah ke lokasi dengan biaya sewa yang lebih kompetitif, kesulitan finansial yang dihadapi *tenant*, atau perubahan kondisi pasar yang memengaruhi keberlanjutan bisnis *tenant*.

d. Risiko ketidakcocokan tipe *tenant*

Tenant yang memiliki ketidaksesuaian konsep atau target pasar dengan mall dapat mengurangi daya tarik mall bagi pengunjung. Hal ini juga mengganggu kenyamanan pengunjung dalam berbelanja dan mengurangi pendapatan *tenant* terkait.

e. Risiko reputasi

Risiko reputasi dapat berupa *Tenant* gagal memberikan pelayanan atau produk berkualitas, ini bisa berdampak buruk pada citra mall secara keseluruhan. Pengunjung yang merasa kecewa dengan *tenant* tertentu mungkin menghindari mall, terutama jika pengunjung mengaitkan masalah reputasi *tenant* dengan mall itu sendiri. Hal ini bisa menyebabkan penurunan *traffic* pengunjung

f. Risiko regulasi

Tenant yang tidak patuh terhadap peraturan pemerintah, seperti pelanggaran izin usaha atau peraturan keamanan, dapat menimbulkan masalah hukum bagi mall.

Denda atau biaya yang dikeluarkan untuk memperbaiki pelanggaran regulasi *tenant* dapat membebani anggaran mall. Selain itu, masalah hukum yang timbul dapat mengalihkan fokus manajemen mall dari aktivitas utama seperti pemasaran atau pengembangan *tenant* baru.

Upaya

Dalam menghadapi berbagai risiko yang ada pihak manajemen Mall XYZ telah menjalankan berbagai upaya untuk menghadapinya. Berbagai upaya tersebut seperti diuraikan berikut ini.

a. Sistem pembayaran yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi

Sistem pembayaran otomatis atau pembayaran melalui aplikasi yang mengingatkan *tenant* tentang jadwal pembayaran dan tenggat waktunya.

b. Insentif dan penalti

Bagi *tenant* yang membayar uang sewa tepat waktu diberikan insentif berupa potongan, sementara yang terlambat membayar akan dikenai denda.

c. Kebijakan pembayaran dalam kontrak sewa menyewa

Kebijakan terkait sistem pembayaran dicantumkan dengan jelas dalam kontrak sehingga bagi *tenant* yang gagal memenuhi kewajiban membayar dapat diputus hubungan kerjanya lebih awal.

d. Kebijakan terkait tanggung jawab *tenant* dalam pemeliharaan unitnya termasuk penggantian biaya atas kerusakan yang terjadi akibat kelalaian *tenant*.

e. Panduan penggunaan berbagai fasilitas yang ada di dalam unitnya masing-masing.

Panduan ini ditujukan untuk mencegah terjadinya kerusakan akibat kesalahan penggunaan berbagai peralatan yang ada di unitnya masing-masing.

f. Inspeksi rutin

Inspeksi rutin dilakukan untuk memantau kondisi unit masing-masing *tenant*. Dengan demikian kerusakan properti dapat diminimalkan sehingga mall dapat dioperasikan dengan baik dan pengeluaran biaya-biaya tambahan dapat dikontrol

g. Seleksi *tenant*

Seleksi *tenant* dilakukan dengan mempertimbangkan stabilitas keuangan potensi pasarnya agar bisnisnya dapat berjalan berkelanjutan dalam jangka panjang.

h. Fleksibilitas kontrak sewa menyewa

Manajemen mall XYZ menerapkan fleksibilitas dalam kontrak sewa menyewa, seperti penyesuaian harga sewa atau skema pembayaran selama masa kesulitan finansial yang dihadapi *tenant*

i. Zonasi *tenant*

Mall merancang kesesuaian konsep bisnis *tenant* dengan visi dan misi mall. Berdasarkan kategori atau demografi pengunjung yang lebih tersegmentasi, seperti area khusus untuk produk high-end atau area untuk gaya hidup anak muda.

j. Memberikan masukan kepada *tenant* dengan memberikan strategi pemasaran untuk menyesuaikan produk

Penyesuaian fitur atau desain produk bertujuan untuk memastikan produk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsep mall, seperti menambahkan fungsi yang lebih praktis, memperbaiki kualitas, atau menyelaraskan desain dengan tren terkini.

k. Pemantauan dan evaluasi berkala terhadap kinerja *tenant*

Secara berkala manajemen mall melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelayanan dan produk yang dijual oleh tiap *tenant* dengan tujuan agar kualitasnya tetap terjaga. Selanjutnya berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi ini diberikan umpan balik kepada *tenant*.

l. Penetapan standar operasional yang jelas

Tiap *tenant* harus memenuhi standar operasional yang telah ditetapkan oleh manajemen mall. Jika ada *tenant* yang gagal memenuhi standar tersebut maka manajemen mall akan memberikan peringatan. Apabila peringatan tidak diperhatikan maka manajemen mall dapat melakukan tindakan tegas berupa pemutusan hubungan kerja.

m. Verifikasi legalitas *tenant*

Perlu dilakukan verifikasi terhadap legalitas *tenant* sesuai peraturan yang berlaku, misalnya mempunyai izin usaha. Kewajiban *tenant* untuk tidak melanggar peraturan yang berlaku.

n. Perjanjian sewa yang jelas dan tegas dengan *tenant*

Kewajiban *tenant* untuk mematuhi peraturan pemerintah. Jika pelanggaran tetap terjadi, tindakan yang diambil, seperti pemberian peringatan resmi atau bahkan pemutusan kontrak sewa, untuk mencegah kerugian hukum yang lebih besar.

Temuan a hingga c terkait upaya untuk mengatasi risiko finansial. Melalui cara ini, manajemen mall dapat menjaga arus kas perusahaan tetap sehat sehingga nilai properti dapat dipertahankan dan pendapatan perusahaan dapat dioptimalkan. Selanjutnya temuan d, e dan f ditujukan untuk meminimalkan risiko manajemen mall terkait kerusakan mall. Temuan g dan h terkait upaya untuk mencegah *tenant* berpindah ke tempat lain yang merupakan upaya untuk menghadapi risiko pergantian *tenant*. Temuan i dan j dilakukan manajemen mall untuk mengurangi ketidakcocokan tipe *tenant*. Temuan k dan l dilakukan manajemen mall dalam upaya untuk mempertahankan reputasi baik dari mall. Temuan m dan n untuk menjaga kepatuhan *tenant* terhadap regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah.

4. KESIMPULAN

Hubungan antara manajemen mall dan *tenant* merupakan hubungan yang bersifat saling membutuhkan, di mana kedua pihak memiliki peran dan tanggung jawab yang saling melengkapi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam hubungan ini, manajemen mall berperan sebagai fasilitator utama yang menyediakan berbagai kebutuhan *tenant*, baik dari segi infrastruktur, fasilitas, maupun aktivitas promosi. Manajemen mall memastikan bahwa lingkungan yang disediakan mampu mendukung operasional *tenant* dan menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung.

Manajemen mall menghadapi berbagai jenis risiko yang mencakup aspek finansial, potensi kerusakan properti, pergantian *tenant*, ketidaksesuaian tipe *tenant* dengan konsep mall, risiko terkait reputasi, serta risiko yang berkaitan dengan perubahan atau penerapan regulasi. Sebagai bagian dari tanggung jawabnya, manajemen mall juga berperan

dalam mengantisipasi berbagai potensi tantangan yang dapat memengaruhi kelancaran operasional, baik dari sisi *tenant* maupun mall itu sendiri

Langkah antisipatif ini mencakup penyediaan dukungan operasional, pemeliharaan fasilitas, hingga strategi mitigasi risiko dalam menghadapi situasi darurat. Sementara itu, *tenant* memiliki peranan mampu menarik pengunjung menjadi elemen kunci dalam memastikan keberlanjutan bisnis mall secara keseluruhan.

Selain itu, salah satu kunci untuk menghadapi segala potensi risiko dalam hubungan ini adalah komunikasi yang efektif. Komunikasi yang terbuka dan terstruktur antara manajemen mall dan *tenant* memungkinkan identifikasi dini terhadap masalah, penyampaian kebutuhan secara jelas, serta penyelesaian konflik dengan cepat. Dengan komunikasi yang baik, baik manajemen mall maupun *tenant* dapat bersama-sama menyusun strategi dan solusi yang tepat untuk mengatasi berbagai tantangan, seperti perubahan pasar, kendala operasional, atau masalah teknis.

Komunikasi yang kuat juga memperkuat hubungan kerja sama, meningkatkan kepercayaan antara kedua pihak, serta memastikan bahwa setiap kebijakan atau langkah strategis dapat diterapkan secara efektif. Dengan demikian, segala risiko yang mungkin muncul dapat dikelola dengan lebih baik, menciptakan stabilitas dan keberlanjutan bagi kedua pihak dalam ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adanlawo, E., & Rugbeer, H. (2019). The role of communication in the viability of shopping centre/mall business. *Library Philosophy and Practice*, 2019.
- APSC. (2019). *Asia-Pacific Shopping Centre Classification*. 10.
- Basche, A., & Carter, A. (2021). Training future agriculture professionals in landowner-tenant conservation decision-making. *Natural Sciences Education*, 50(1), 1–16. <https://doi.org/10.1002/nse2.20035>
- Dollah, S., & Abduh, A. (2017). *Benefits and Drawbacks of NVivo QSR Application*. 4–6.
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Grewal, D., Motyka, S., & Levy, M. (2018). The Evolution and Future of Retailing and Retailing Education. *Journal of Marketing Education*, 40(1), 85–93. <https://doi.org/10.1177/0273475318755838>
- Hoyle, L. H. (2002). Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions. In *Events Management*.
- Ibrahim, I., Bon, A. T., Nawawi, A. H., Safian, E. E. M., & Ibrahim, I. (2018). Shopping centre classification scheme: A comparison of international case studies. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 2018-March*, 3131–3142.
- ICSC. (2018). ICSC Shopping Center Definitions. *Infection and Immunity*, 53(2), 438–440.
- Lee, C. C., Ting, L. J., Yeh, W. C., & Yu, Z. (2021). The influence of the technical dimension, functional dimension, and tenant satisfaction on tenant loyalty: An analysis based on the theory of planned behavior. *International Journal of Strategic Property Management*, 25(6), 469–484. <https://doi.org/10.3846/ijspm.2021.15566>
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 11, Issue 2, pp. 71–79). <https://doi.org/10.31849/jib.v11i2.1099>
- Suciawan, F. J., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2014). *JURNAL E---KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Relationship Management Tenant Relations Mal XYZ*.
- Suraprajit, P. (2019). Bottom-up vs top-down model: The perception of reading strategies among thai university students. *Journal of Language Teaching and Research*, 10(3), 454–460. <https://doi.org/10.17507/jltr.1003.07>
- Wahidmurni. (2017). PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Akuntansi*, 11, 1–17.
- Ye, T., Johnson, R., Fu, S., Copeny, J., Donnelly, B., Freeman, A., Lima, M., Walsh, J., & Ghani, R. (2019). Using machine learning to help vulnerable tenants in New York City. *COMPASS 2019 - Proceedings of the 2019 Conference on Computing and Sustainable Societies*, 248–258. <https://doi.org/10.1145/3314344.3332484>