

**KAJIAN SPASIAL KARAKTERISTIK PUSAT PERBELANJAAN
MODERN DAN POLA PEMILIHAN PUSAT PERBELANJAAN MODERN
PENDUDUK KOTA MALANG**

Oleh:
Lutfiana Devi Kurniawati
13/356106/PGE/01063

INTISARI

Aktivitas belanja di perkotaan dilakukan sebagai kegiatan *refreshing* dan rekreasi. Hal ini menyebabkan terjadinya perkembangan yang pesat dalam pembangunan pusat perbelanjaan modern dengan konsep *one stop shopping*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji karakteristik pusat perbelanjaan dan pola pemilihan pusat perbelanjaan oleh penduduk Kota Malang. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif yang berbasis pada data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan di seluruh kecamatan yang ada di Kota Malang. Unit analisis pada penelitian ini adalah rumah tangga sebanyak 399 sampel yang ditentukan dengan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan diolah dengan *Crosstab*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik suatu pusat perbelanjaan ditentukan oleh fasilitas yang dimiliki oleh masing-masing pusat perbelanjaan modern. Fasilitas-fasilitas tersebut menentukan besarnya skala pelayanan dan hirarki pusat perbelanjaan modern. Selain itu fasilitas-fasilitas tersebut mempengaruhi penduduk Kota Malang dalam memilih pusat perbelanjaan modern. Pola pemilihan pusat perbelanjaan modern penduduk Kota Malang juga dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi penduduk, antara lain: pendapatan, pekerjaan, pendidikan, umur, dan pemilihan moda transportasi. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi arahan pengembangan pusat perbelanjaan modern selanjutnya dengan meningkatkan fungsi pelayanan pada masing-masing pusat perbelanjaan di Kota Malang agar jumlah pergerakan pengunjung dapat merata dan meningkat secara signifikan.

Kata Kunci: Pusat Perbelanjaan Modern, Pemilihan Pusat Perbelanjaan Modern.

***SPATIAL STUDY OF CHARACTERISTICS OF MODERN SHOPPING
CENTER AND SELECTION OF MODERN SHOPPING CENTER BY
MALANG CITY RESIDENTS***

By:

**Lutfiana Devi Kurniawati
13/356106/PGE/01063**

ABSTRACT

Shopping activities in urban areas are done as refreshing and recreation activities. This led to a rapid development in the construction of a modern shopping center with the concept of one stop shopping. This study aims to examine the characteristics of shopping centers and shopping center selection patterns by residents of Malang. The method used is a survey with a quantitative approach based on primary and secondary data. This research is conducted in all districts in Malang. The unit of analysis in this study is 399 households as determined by the technique Proportionate Stratified Random Sampling. Data collection using research instruments in the form of questionnaires and processed with Crosstab. The results showed that the characteristics of a shopping center is determined by the facilities owned by each modern shopping center. These facilities determine the scale of service and hierarchy of modern shopping centers. In addition, these facilities affect residents of Malang in choosing a modern shopping center. The pattern of choosing modern shopping center in Malang is also influenced by socio-economic factors of the population, such as income, occupation, education, age, and transportation mode selection. The result of this research can be recommendation of direction of development of modern shopping center further by improving service function at each of shopping center in Malang City so that the number of visitor movement can be evenly and increase significantly.

Key words: Modern Shopping Center, Modern Shopping Center Selection.