

Pola spasial pemilihan tempat belanja keluarga di Kota Depok = Household shopping behavior in Depok City

Alim Kidar Hanif, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494754&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, toko online dan toko swalayan menjadi pilihan berbelanja. Berbagai kebutuhan rumah tangga dapat dibeli dari pasar yang berbeda. Pilihan tempat belanja semakin beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola spasial pemilihan tempat belanja keluarga yang ada di Kota Depok. Tempat belanja yang dimaksud adalah pasar rakyat, toko swalayan dan toko online. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lama tinggal, pendapatan, tipe keluarga, pola perjalanan, moda transportasi, dan jarak. Penelitian ini menggunakan sample responden yang didapat melalui survei kuisioner dengan metode systematic random sampling. Untuk mengetahui pola spasial pemilihan tempat belanja, akan dimulai dengan mengidentifikasi pola belanja masyarakat terlebih dahulu. Kemudian akan dilakukan analisis average nearest neighbor (ANN) untuk mengetahui persebaran tempat belanja. Selanjutnya akan dilakukan uji korelasi variable terhadap pemilihan tempat belanja berdasarkan jarak, uji korelasi ini menggunakan uji koefisien kontingensi. Uji korelasi tersebut, kemudian dijelaskan secara spasial deskriptif untuk menjabarkan pola spasial pemilihan tempat belanja yang terjadi. Hasilnya, pemilihan tempat belanja pasar rakyat berdasarkan jarak berkorelasi dengan pendapatan rumah tangga, sedangkan pemilihan tempat belanja toko swalayan berdasarkan jarak berkorelasi dengan lama tinggal, pola perjalanan, dan moda transportasi yang dipakai.

<hr>

Nowadays, shopping for various family needs can be done from various different markets, as traditional market, modern market, and on line shops as well. The choice of shopping places is increasingly diverse. This study aims to determine the spatial pattern of familys choosing shopping places in Depok City. Variables that were used in this study were length of stay, monthly income, family type, travel pattern, transportation mode, and distance. The data was acquired through sample survey, by distributing questionnaires to households. The result shows that households shops their needs from various markets. They shops to the closest market when this acitivity has only single purpose. However, distance is not their concern when shopping is part of the family recreational activity. With multiple purpose, households tend to choose market that provide various needs, such as daily needs, durable goods, and entertainment facilities as well. Variables that influence the decision in choosing markets are income, length of stay and transportation modes. The conclusion of this study showed that distance is not the main concern, but the economic status of the purpose of the trip is more significant.