

**TESIS**

**MODEL PEMILIHAN LOKASI PERBELANJAAN MODEREN UNTUK KEBUTUHAN  
BARANG RUMAH TANGGA DI KOTA MAKASSAR  
(THE CHOICE MODEL ON THE SHOPPING CENTER LOCATIONS FOR DIALY GOODS  
OF HOUSEHOLD NEEDS IN MAKASSAR CITY)**

**MUHAMMAD REZA SAPUTRA**

**D012172003**



**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK SIPIL  
DEPARTEMEN TEKNIK SIPIL FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

# TESIS

MODEL PEMILIHAN LOKASI PERBELANJAAN MODEREN UNTUK  
KEBUTUHAN BARANG RUMAH TANGGA DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh:

**MUHAMMAD REZA SAPUTRA**

**Nomor Pokok D012172003**

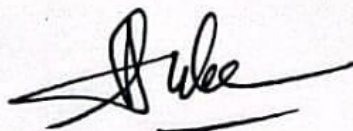
telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

pada tanggal 25 February 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

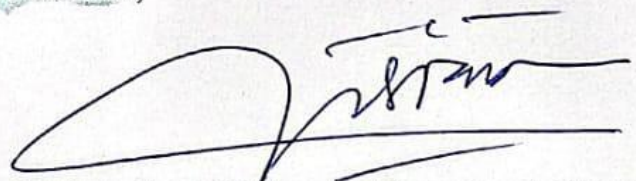
Menyetujui

Komisi Penasehat,



Dr. Ir. H. Mubassirang Pasra., MT

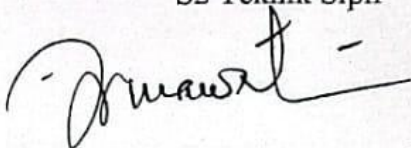
Ketua



Prof. Dr.Eng.Ir.Muhammad Isran Ramli.,ST.,MT

Sekretaris

Ketua Program Studi  
S2 Teknik Sipil



Dr.Eng. Hj. Rita Irmawaty, S.T., M.T.

Dekan Fakultas Teknik  
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Ir. Muhammad Arsyad Thaha., MT

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Reza Saputra

Nomor mahasiswa : D012172003

Program studi : Teknik Sipil

Konsentrasi : Manajemen Transportasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa thesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan thesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 25 Februari 2022

Yang menyatakan,  
  
508A2AJX696097609

Muhammad Reza Saputra

## PRAKATA

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya sehingga penulisan hasil penelitian dengan judul **“MODEL PEMILIHAN LOKASI PERBELANJAAN MODEREN UNTUK KEBUTUHAN BARANG RUMAH TANGGA DI KOTA MAKASSAR”** dapat terselesaikan. Tak lupa pula penulis haturkan shalawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi sekalian umat dalam segala aspek kehidupan, sehingga menjadi motivasi penulis dalam menuntut ilmu di Universitas Hasanuddin.

Dalam menyusun tesis ini penulis ucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak **Dr. Ir. H Muhammad Arsyad Thaha, MT**, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin,
2. Bapak **Prof. Wihardi Tjaronge, ST., MT** selaku Ketua Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin,
3. Ibu **Dr. Eng. Rita Irmawaty, ST., MT** selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Sipil Universitas Hasanuddin,
4. Ibu **Dr. Ir. H. Mubassirang Pasra, MT**. selaku Penasehat Utama dan kepada Bapak **Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli.,ST.,MT** selaku Penasehat Anggota atas bantuan dan bimbingannya yang telah diberikan mulai dari pengembangan minat terhadap permasalahan penelitian ini, pelaksanaan penelitiannya sampai dengan terselesaikannya penulisan tesis ini.

5. Ibu **Dr. Ir. Hj. Sumarni Hamid Aly., MT.** Bapak **Dr. Ir. Syarifuddin Rauf, MT.,** dan Ibu **Dr. Eng. Ir. Muralia Hustim., ST., MT.** selaku tim penguji atas masukan dan saran terhadap penelitian ini.
6. Seluruh dosen Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin,
7. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Teknik Sipil, terkhusus kepada Ibu Eci atas segala bantuan dan dedikasinya telah membantu administrasi dalam penyelesaian study ini,

Yang teristimewa penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan terkasih, yaitu Bapak **Ir. H. Abdul Aziz Saputra, MT.** dan Ibu **Ir. Hj. Mahdaniar** yang tak henti-hentinya selalu mendoakan dan mendukung agar penelitian ini berjalan dengan lancar.
2. Kepada istri tercinta **Nasita, S.Kep** dan anakku tersayang **Muhammad Abizar Saputra, dan Aretha Zayba Almira** yang selalu menjadi penyemangat dalam penyusunan tesis ini, serta keluarga besarku yang tak bisa disebutkan satu per satu.
3. Teman-teman Mahasiswa Program Pascasarjana Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin angkatan 2017 dan 2018 yang telah banyak membantu saat penelitian.
4. Teman-teman Mahasiswa S1 Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin angkatan 2010 yang selalu mendoakan dan memberikan support kepada saya.

Serta kepada mereka yang namanya tidak tercantum tetapi telah banyak membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan pengembangan lanjut agar benar-benar bermanfaat, oleh karena itu sangat diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan wawasan serta peningkatan ilmu pengetahuan bagi kita semua, aamiin.

Gowa, Februari 2022



Muhammad Reza Saputra

## ABSTRAK

**Muhammad Reza Saputra.** Model Pemilihan Lokasi Perbelanjaan Moderen untuk Kebutuhan Barang Rumah Tangga di Kota Makassar (dibimbing oleh Dr. Ir. H. Mubassirang Pasra., MT, dan Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli., ST., MT)

Hal yang penting dari studi pemilihan lokasi adalah faktor karakteristik perjalanan dan faktor karakteristik pelaku perjalanan. Sebagai dasar dalam pengolahan data dalam analisa model conditional logit. Studi pemilihan lokasi diperlukan untuk memperoleh basis ilmiah berdasarkan nilai variable yang paling berperan dalam studi penentuan lokasi. Studi pemilihan lokasi dalam tesis ini bertujuan untuk mengidentifikasi variable apa yang paling berpengaruh dalam pemilihan lokasi pusat perbelanjaan moderen di Kota Makassar dengan menggunakan analisa model conditional logic. Metode eksperimental yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif, melalui data yang diperoleh dan didukung oleh survey pengunjung di tempat berbelanja serta survei kuesioner. Hasil tulisan ini meneliti 5 lokasi pusat perbelanjaan moderen yang berada di pusat kota makassar, antara lain Lottemart (Mall Panakukang), Hypermart (Mall panakukang), Transmart (Panakukang Square), Transmart (TSM), dan Heromart (Mall Ratu Indah). Berdasarkan hasil olah data pada hari kerja jumlah pengunjung terbanyak yaitu Lottemart (MP) memiliki jumlah pengunjung terbesar yaitu 23,42%, dan pada hari libur yaitu Hypermart (MP) 26,52%. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data didapatkan dominan responden memilih belanja pada hari kerja dibandingkan dengan hari libur dengan pertimbangan karakteristik pelayanan, serta karakteristik pemilihan lokasi belanja kebutuhan rumah tangga.

Kata Kunci : Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanjaan Moderen, faktor karakteristik, Analisa Conditional Logit

## ABSTRACT

Muhammad Reza Saputra. The Choice Model on The Shopping Center Locations for Dially Goods of Household Needs in Makassar City (supervised by Dr. Ir. H. Mubassirang Pasra., MT, and Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli., ST., MT)

What is important from the location selection study is the travel characteristics factor and the travel agent's characteristics. As a basis for data processing in the analysis of the conditional logit model. Site selection studies are needed to obtain a scientific basis based on the value of the most important variables in the study of location determination. The location selection study in this thesis aims to identify what variables are the most influential in choosing the location of a modern shopping center in Makassar City by using conditional logic model analysis. The experimental method used is qualitative and quantitative, through data obtained and supported by a survey of visitors at shopping places and a questionnaire survey. The results of this paper examine 5 locations of modern shopping centers located in downtown Makassar, including Lottemart (Mall Panakukang), Hypermart (Mall Panakukang), Transmart (Panakkukang Square), Transmart (TSM), and Heromart (Mall Ratu Indah). Based on the results of data processing on weekdays the highest number of visitors, namely Lottemart (MP) has the largest number of visitors, namely 23.42%, and on holidays namely Hypermart (MP) 26.52%. Based on the results of data analysis and processing, it is found that the dominant respondents choose shopping on weekdays compared to holidays with consideration of service characteristics, as well as the characteristics of choosing a location for shopping for household needs.

Keywords: Selection of Modern Shopping Center Locations, Characteristic Factors, Conditional Logit Analysis



**DAFTAR ISI**

	<b>Halaman</b>
<b>SAMPUL</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR NOTASI</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Batasan Masalah	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Komposisi Tesis	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>10</b>
A. Landasan Konsep Fakto-faktor Berpengaruh Terhadap	

Perjalanan	10
B. Faktor pendorong perjalanan pemilihan lokasi pusat perbelanja modern untuk kebutuhan rumah tangga	11
C. Karakteristik Perjalanan	13
D. Perilaku Perjalanan	17
E. Populasi Pengunjung Pusat Berbelanja Moderen	21
F. Karakteristik Perjalanan Belanja	24
G. Logistik Harian Rumah Tangga	26
H. Analisis Deskriptif Kuantitatif	28
I. Analisa Dekriptif Kualitatif	28
J. Analisis crosstabulation (Tabulasi Silang)	29
K. Analisis Regresi Linear Berganda	31
L. Perangkat Lunak STATA	33
M. Kerangka Konseptual Penelitian	36
N. Penelitian Terdahulu	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>43</b>
A. Rancangan Penelitian	43
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	46
C. Pengambilan Sampel	47
D. Jenis Variabel pada Penelitian	50
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	52
F. Metode Analisis Data	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	

A. Karakteristik Responden Pelaku Berbelanja	61
B. Karakteristik Pemilihan Tempat Berbelanja	66
C. Karakteristik Kualitas Pelayanan	69
D. Hubungan Karakteristik Pemilihan Tempat Berbelanja dengan Pemilihan Lokasi Belanja	75
E. Model Preferensi <i>Model Conditional Logit</i> Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanja untuk Kebutuhan Rumah Tangga di Kota Makassar	109
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>115</b>
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>117</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Jumlah kedatangan pengunjung di Lotte Mart Mall Panakukang pada hari kerja dan libur	22
2.2	Jumlah kedatangan pengunjung di Hypermart Mall Panakukang pada hari kerja dan libur.	22
2.3	Jumlah kedatangan pengunjung di Transmart Panakukang Square pada hari kerja dan libur	23
2.4	Jumlah kedatangan pengunjung di Transmart Trans Studio Mall pada hari kerja dan libur	23
2.5	Jumlah kedatangan pengunjung di Hero Mart Mall Ratu Indah pada hari kerja dan libur	24
2.6	Kerangka Konseptual Penelitian	36
3.1	Rancangan Penelitian	44
3.2	Lokasi Penelitian	47
4.1	Diagram Distribusi Responden berdasarkan Waktu Berkunjung	61
4.2	Diagram Distribusi Responden berdasarkan Jarak Asal Perjalanan (Hari Kerja)	61
4.3	Diagram Distribusi Responden berdasarkan Jarak Asal Perjalanan (Hari Libur)	62
4.4	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan durasi Waktu Pergi Ke Tempat Berbelanja (Hari Kerja)	63

4.5	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan durasi Waktu Pergi Ke Tempat Berbelanja (Hari Libur)	64
4.6	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Dengan Biaya Transportasi Ke Tempat Berbelanja (Hari Kerja)	64
4.7	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Dengan Biaya Transportasi Ke Tempat Berbelanja (Hari Libur)	65
4.8	Diagram Distribusi Responden berdasarkan pertimbangan memilih Tempat Berbelanja	66
4.9	Diagram Distribusi Responden berdasarkan jenis kebutuhan saat Berbelanja	67
4.10	Diagram Distribusi Responden berdasarkan biaya transaksi saat Berbelanja	67
4.11	Diagram Distribusi Responden berdasarkan lama di tempat Berbelanja	68
4.12	Diagram Distribusi Responden berdasarkan biaya parkir di tempat Berbelanja	69
4.13	Diagram Distribusi Responden berdasarkan kenyamanan di tempat Berbelanja	70
4.14	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan keamanan di tempat Berbelanja	70

4.15	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan kebersihan Berbelanja	71
4.16	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan pelayanan karyawan ditempat Berbelanja	71
4.17	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan pelayanan parkir ditempat Berbelanja	72
4.18	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan pelayanan informasi ditempat Berbelanja	73
4.19	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan harga kebutuhan rumah tangga ditempat Berbelanja	73
4.20	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan kualitas kebutuhan rumah tangga ditempat Berbelanja	74
4.21	Diagram Distribusi Responden Berdasarkan ketersediaan kebutuhan rumah tangga ditempat Berbelanja	75
4.22	Hubungan hari berkunjung dengan pemilihan lokasi belanja	75
4.23	Hubungan Jarak Tempuh dengan pemilihan lokasi Belanja pada Hari Kerja	76
4.24	Hubungan Jarak Tempuh dengan pemilihan lokasi Belanja pada Hari Libur	78

4.25	Hubungan Waktu Tempuh dengan pemilihan lokasi Belanja pada Hari Kerja	80
4.26	Hubungan Waktu Tempuh dengan pemilihan lokasi Belanja pada Hari Libur	82
4.27	Hubungan Biaya Perjalanan dengan pemilihan lokasi Belanja pada Hari Kerja	84
4.28	Hubungan Biaya Perjalanan dengan pemilihan lokasi Belanja pada Hari Libur	86
4.29	Hubungan pertimbangan pemilihan lokasi belanja dengan pemilihan lokasi belanja	88
4.30	Hubungan Jenis Kebutuhan Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	90
4.31	Hubungan Biaya Transaksi di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	92
4.32	Hubungan Durasi di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	94
4.33	Hubungan Biaya Parkir di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	96
4.34	Hubungan Kenyamanan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	98
4.35	Hubungan Keamanan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	99

4.36	Hubungan Kebersihan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	100
4.37	Hubungan Pelayanan Karyawan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	102
4.38	Hubungan Pelayanan Perparkiran di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	103
4.39	Hubungan Pelayanan Informasi di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	104
4.40	Hubungan Harga Kebutuhan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	106
4.41	Hubungan Kualitas Kebutuhan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	107
4.42	Hubungan Ketersediaan Kebutuhan di tempat berbelanja Dengan Pemilihan Lokasi Belanja	108



## DAFTAR LAMPIRAN

### **Nomor**

#### 1. Kuisisioner Penelitian

Hasil Running *Model Conditional Logit* Berdasarkan Jarak,  
Waktu, dan Biaya ditinjau berdasarkan Hari Kerja dan Hari  
Libur

## DAFTAR NOTASI

<b>Lambang/singkatan</b>	<b>Arti dan Keterangan</b>
<i>(MP)</i>	Mall Panakukang
<i>(PS)</i>	Panakukang Square
<i>(TSM)</i>	Trans Studio Mall
<i>(MARI)</i>	Mall Ratu Indah
Clogit	Conditional logit
n	Jumlah Sampel
STATA	Statistika dan Data

**DAFTAR TABEL**

<b>Nomor</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Penelitian Terdahulu	37
3.1	Waktu Penelitian	46
3.2	Jumlah Pengunjung Pusat Perbelanjaan Moderen	48
3.3	Variabel Tak Bebas dan Variabel Bebas	51
4.1	Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanja untuk Kebutuhan Rumah Tangga di Kota Makassar berdasarkan tujuan pergi pada saat hari kerja	110
4.2	Tabel hasil pemilihan lokasi berbelanja responden berdasarkan waktu pergi pada saat hari kerja	112
4.3	Pemilihan Lokasi Pusat Perbelanja untuk Kebutuhan Rumah Tangga di Kota Makassar berdasarkan tujuan pergi pada saat hari libur	113
4.4	Tabel hasil pemilihan lokasi berbelanja responden berdasarkan waktu pergi pada saat hari libur	114

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kota Makassar adalah kota yang berkembang, berkembangnya sebuah wilayah yang dimulai dari pusat kota hingga merambat ke pinggiran kota dengan adanya aktivitas masyarakat di bidang pendidikan, politik dan ekonomi tak bisa lepas dari banyaknya pergerakan lalu, dengan jumlah penduduk 1.423.877 jiwa yang terdiri atas 709.060 jiwa penduduk laki-laki dan 714.817 jiwa perempuan.(BPS, 2021) yang juga dikenal sebagai ujung pandang adalah ibu kota sulawesi selatan, Makassar adalah Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan, yang terletak di bagian Selatan Pulau Sulawesi yang dahulu disebut Ujung Pandang, terletak antara 119°24'17'38" Bujur Timur dan 5°8'6'19" Lintang Selatan yang berbatasan sebelah Utara dengan Kabupaten Maros, sebelah Timur Kabupaten Maros, sebelah selatan Kabupaten Gowa dan sebelah Barat adalah Selat Makassar. Kota Makassar memiliki topografi dengan kemiringan lahan 0-2°(datar) dan kemiringan lahan 3-15° (bergelombang). Luas Wilayah Kota Makassar tercatat 175,77 km persegi. Kota Makassar adalah kota yang terletak dekat dengan pantai yang membentang sepanjang koridor barat dan utara dan juga dikenal sebagai "Waterfront City" yang di dalamnya mengalir beberapa sungai seperti Sungai Tallo, Sungai Jeneberang, dan Sungai Pampang) yang kesemuanya bermuara ke dalam kota. Kota

Makassar merupakan hamparan daratan rendah yang berada pada ketinggian antara 0-25 meter dari permukaan laut.

Perkembangan yang sangat pesat serta perilaku masyarakat yang mulai mengalami perubahan dari sisi gaya hidup sehingga mengakibatkan adanya pergerakan pergerakan lalu lintas ke beberapa tempat yang menjadi pusat kegiatan yang ada di Kota Makassar seperti tempat tempat berbelanja modern dan tradisional yang ada.

Perkembangan di Kota Makassar pada era modern ini memiliki karakteristik tingkat mobilitas yang cukup tinggi di berbagai bidang. Kepadatan mobilitas ini menjadikan banyaknya terbentuk pasar modern di dalam Kota Makassar. Secara sistematis, kegiatan berbelanja merupakan rangkaian proses panjang yang dimulai dari pengumpulan informasi hingga pembelian produk (Salomon dan Koppelman, 1988). Rangkaian tersebut termasuk proses pemilihan lokasi, yang merupakan konsekuensi keterbatasan spasial dari pelaku belanja. Untuk hal tersebut, pelaku belanja melakukan pemilihan lokasi belanja dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti karakteristik demografi, karakteristik lokasi belanja, serta atribut spasial pelaku perjalanan (Recker dan Kostyniuk, 1978).

Seperti halnya perjalanan menuju tempat kerja, perjalanan menuju tempat perbelanjaan juga memberikan kontribusi terhadap terjadinya kemacetan khususnya disekitar pasar (Ramli, 2012), jenis perjalanan berbelanja memiliki lebih banyak fleksibilitas dari perjalanan kerja individu

dan mengakibatkan kemacetan yang berlebih pada beberapa periode waktu puncak.

Secara umum, masyarakat mengenal adanya dua jenis pasar yaitu, pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat berjual beli dimana konsumen masih bisa melakukan tawar menawar, biasanya menampung banyak penjual yang dilaksanakan dengan manajemen sederhana tanpa adanya perangkat teknologi modern. Umumnya juga didirikan dengan menggunakan tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor dan tidak aman. Masa operasi pasar tradisional biasanya, rata-rata dari subuh sampai siang hari atau sore hari bahkan hanya sebagian kecil sampai malam hari. Salah satu contoh dari pasar tradisional yang sering terlihat di pinggir jalan atau di pemukiman penduduk yang biasa disebut pedagang kelontong. Sementara itu, pasar modern ditandai dengan fasilitas dagang yang relative lebih teratur, bersih dan menarik melalui sentuhan manajemen modern. Memiliki bangunan megah dan permanen, fasilitas memadai, nyaman, aman dan harga yang tercantum pasti (SemiartoAdji).

Kota Makassar kini menjadi salah satu sasaran empuk bagi para pebisnis lokal maupun asing, terbukti kini telah banyaknya pasar modern yang kini menjamur dimana-mana sebagai tempat untuk belanja masyarakat. Baik daerah perumahan bahkan sampai ke pemukiman padat penduduk. Tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern kini sudah menjadi tuntutan dari konsekuensi gaya hidup yang berkembang di

masyarakat kita. Pasar modern tidak hanya menjadi tempat berbelanja tetapi juga aktivitas lain, misal sekedar jalan-jalan, nongkrong baik bersama teman maupun keluarga. Dalam berbelanja, masyarakat dianggap bersikap rasional sehingga faktor biaya dan manfaat menjadi pertimbangan utama. Preferensi masyarakat dalam berbelanja dapat berubah dikaitkan dengan berbagai faktor di atas.

Dengan pentingnya belanja kebutuhan sehari-hari kegiatan belanja secara fisik berkonsekuensi pada pembetulan perjalanan yang menambah dampak permasalahan perkotaan, misalnya kemacetan. Rendahnya kualitas angkutan umum perkotaan di kota-kota Indonesia ikut menjadikan perjalanan dalam kegiatan sehari-hari bertumpu pada angkutan pribadi (Susilo et. Al., 2017).

Studi sebelumnya menemukan bahwa atribut spasial seperti keterhubungan wilayah tempat tinggal dengan lokasi belanja merupakan salah satu pertimbangan pelaku belanja dalam memilih lokasi belanja (Jou dan Mahmassani, 1997). Pelaku belanja cenderung memilih lokasi yang memberikan kemudahan spasial untuk dirinya, baik dalam keterhubungan dengan tempat tinggal maupun lokasi aktivitas lainnya. Selain itu, karakteristik lokasi belanja, seperti daya tarik yang berkembang dalam menyediakan berbagai fasilitas, memengaruhi pemilihan lokasi belanja (Salomon dan Koppelman, 1988). Hal ini dimungkinkan karena pelaku belanja juga secara langsung menghubungkan pemilihan tersebut dengan upaya pemenuhan kebutuhannya yang beragam.

Peran belanja dalam pemenuhan kebutuhan individu dan rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari sangat penting. Dengan konsekuensi perjalanan yang tercipta dari kegiatan belanja yang membutuhkan kehadiran secara fisik, sangat relevan untuk mempelajari bagaimana perilaku pelaku belanja dalam memilih lokasi belanja. Secara spesifik, informasi mengenai pola dan perilaku berbelanja termasuk pada pemilihan lokasi menjadi penting dalam merumuskan kebijakan perencanaan perkotaan, misalnya untuk memahami bagaimana lokasi belanja berhubungan keterkaitannya dengan lokasi tempat tinggal serta hubungannya dengan karakteristik lokasi belanja. Selain itu, pola pemilihan lokasi ini dapat menjadi masukan untuk merumuskan penyediaan angkutan publik di kawasan belanja yang sesuai dengan pola perjalanan pelaku belanja.

## **B. Identifikasi Masalah**

Transportasi terjadi karena adanya keharusan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu aktivitas pemenuhan kebutuhan yang dilakukan oleh manusia secara rutin adalah berbelanja kebutuhan sehari-hari. Berbeda dari perjalanan untuk memenuhi kebutuhan akan pendidikan dan pekerjaan yang dilakukan secara monoton, tidak semua manusia melakukan perjalanan berbelanja kebutuhan sehari-hari secara teratur dan terencana seperti halnya perjalanan untuk bekerja. Setiap individu memiliki kebiasaan ataupun pertimbangan yang berbeda-beda saat melakukan perjalanan belanja.



Bertambahnya jumlah pusat perbelanjaan moderen serta kebutuhan masyarakat yang meningkat membuat masyarakat memiliki pertimbangan tertentu untuk memilih lokasi berbelanja untuk kebutuhan. Kedatangan pengunjung pasar moderen dipengaruhi oleh tingkat aksesibilitas pengunjung (Athi'illah, 2011), aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu tujuan lokasi, yang menjadi ukuran adalah jarak, waktu tempuh, kelengkapan dan kualitas dari fasilitas yang tersedia. Waktu perjalanan sangat berkaitan dengan jarak perjalanan dan moda yang digunakan ke pasar modern (Mall). Tingkat aksesibilitas yang dimaksud adalah jarak asal (rumah) ke tujuan (pasar moderen), jarak, biaya dan waktu perjalanan serta moda transportasi. Kondisi jarak dan penggunaan moda transportasi oleh pengunjung akan mempengaruhi biaya dan waktu perjalanan ke pasar moderen. Oleh sebab itu sebelum menganalisis pemilihan lokasi berbelanja modern untuk kebutuhan maka perlu dianalisis karakteristik belanja serta pola perjalanan yang mempengaruhi pilihan lokasi belanja kebutuhan rumah tangga.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dirumuskan beberapa masalah, antara lain:

- 1) Bagaimana karakteristik perjalanan pelaku berbelanja untuk kebutuhan rumah tangga?
- 2) Bagaimana hubungan karakteristik pemilihan lokasi berbelanja untuk kebutuhan rumah tangga dengan pemilihan lokasi berbelanja?

- 3) Bagaimana pertimbangan pemilihan lokasi pusat perbelanjaan moderen untuk kebutuhan rumah tangga?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah antara lain:

1. Menganalisis karakteristik perjalanan pelaku berbelanja untuk kebutuhan rumah tangga
2. Menganalisis hubungan karakteristik pemilihan lokasi berbelanja untuk kebutuhan rumah tangga.
3. Memodelkan pemilihan lokasi pusat perbelanjaan moderen untuk kebutuhan rumah tangga.

#### **E. Batasan Masalah**

Agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah, tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan mencapai kesimpulan yang tepat, maka ditentukan ruang lingkup, sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah subjek yang melakukan aktivitas berbelanja secara konvensional yaitu dengan mengunjungi tempat berbelanja secara langsung (pasar moderen) \ dengan tujuan membeli kebutuhan kebutuhan logistik rumah tangga harian.
2. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang berdomisili di Kota Makassar dan sekitar Kota Makassar yang sedang melakukan aktivitas

berbelanja secara konvensional (mengunjungi pusat perbelanjaan modern/mall).

3. Data untuk analisis preferensi pelaku perjalanan menggunakan Model Conditional Logit menggunakan aplikasi stata16

#### **F. Manfaat Penelitian**

Sebagai referensi dan masukan untuk pihak-pihak yang berkepentingan terkait dalam menangani kebijakan transportasi dan memberikan gambaran variabel-variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan oleh pelaku perjalanan dalam memilih tujuan perjalanannya.

#### **G. Komposisi Tesis**

Dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang masing-masing dapat di uraikan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini di uraikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan komposisi tesis

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang konsep / teori penelitian, kajian ringkas tentang hasil penelitian terdahulu, struktur model/model estimasi yang akan digunakan dalam penelitian, dan perangkat lunak yang akan di gunakan

### **BAB III METODE STUDI**

Bab ini akan menjelaskan tentang kerangka kerja penelitian, jenis variabel dan data penelitian, lokasi dan waktu kegiatan penelitian, metode survei / pengambilan data, dan metode penyajian dan analisis data.

### **BAB IV DATA DAN ANALISA**

Dalam bab ini berisi hasil analisis data yang merupakan tahapan setelah pengumpulan data diantaranya analisis kondisi penjual dan pembeli dengan mengetahui kondisi aspek dan kualitas pasar serta faktor-faktor yang mempengaruhi perjalanan berbelanja.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan rekomendasi yang merupakan temuan studi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sekaligus memberikan rekomendasi mengenai hal-hal yang diperlukan dalam studi lanjut.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Konsep Faktor-faktor Berpengaruh terhadap Perjalanan**

Hampir semua individu melakukan perjalanan karena mereka berkeinginan untuk memperoleh manfaat dari kegiatan-kegiatan sosial ekonomi, seperti rekreasi, pendidikan, perbelanjaan, lapangan kerja, dan peluang lainnya yang memerlukan dukungan jasa transportasi (Rahman, 2013). Setiap manusia memiliki konsep dalam melakukan perjalanan sehari-hari, hal ini berdasarkan dari tingkat ekonomi serta keputusan dari setiap manusia dalam menyusun aktivitas sehari-hari.

Dalam melakukan perjalanan sosial ekonomi yang ada sekarang menjadikan rumah tangga memiliki kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi, karena itu perjalanan untuk berbelanja kebutuhan harian meningkat. Dengan meningkatnya kebutuhan harian rumah tangga mendorong kelompok-kelompok lain menciptakan tempat belanja yang bermacam-macam sehingga rumah tangga perlu mempertimbangkan beberapa hal untuk melakukan perjalanan belanja, salah satunya yaitu pemilihan lokasi untuk belanja logistic harian rumah tangga.

Perjalanan untuk berbelanja dengan kehadiran secara fisik, sebagai manifestasi pemenuhan kebutuhan individu maupun rumah tangga, akan terus dilakukan oleh pelaku belanja dengan daya tarik yang ditawarkannya (Mokhtarian, 2004). Berbagai hal menunjukkan bahwa pemilihan lokasi

belanja menjadi aspek penting dalam aktivitas belanja di negara maju, sedangkan di negara yang sedang berkembang belum banyak dipelajari. Dengan adanya perbedaan karakteristik antara negara maju dan negara yang sedang berkembang, sangat relevan untuk melakukan studi ini di Indonesia. Pemahaman perilaku dalam memilih lokasi berbelanja yang terkait dengan lokasi tempat tinggal dan dengan rantai perjalanan dapat menjadi dasar perumusan kebijakan manajemen lalu lintas di masa mendatang.

**B. Faktor pendorong perjalanan pemilihan lokasi pusat perbelanjaan modern untuk kebutuhan rumah tangga**

Kebutuhan individu untuk melakukan perjalanan yang ada telah menjadi sebuah rutinitas yang umum bagi masyarakat pada umumnya.

Dalam memilih pusat perbelanjaan, penduduk memiliki persepsi dan juga pandangan tersendiri diantara tempat yang akan menjadi tujuan belanjanya. Ada berbagai alasan konsumen lebih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional ataupun pasar modern. Menurut Seiders dan Tigert et al, (2000), lokasi yang nyaman, harga yang murah, pilihan produk yang beragam, tempat yang nyaman, kualitas yang bagus, dan lingkungan toko merupakan alasan konsumen lebih memilih pasar modern sebagai tempat belanja. Lalu adanya produk yang lebih banyak dan memiliki banyak promosi menjadikan konsumen lebih menyukai berbelanja di pasar modern.

Namun, untuk barang-barang tertentu konsumen lebih memilih untuk membeli barang-barang di pasar tradisional. Hal tersebut dilakukan karena

pasar tradisional dirasa memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan pasar modern. Uusitalo (2001) menemukan bahwa saat konsumen memilih pasar tradisional, konsumen menganggap tempat belanja tersebut memberikan rasa lebih efisien, cepat dan sederhana.

Adanya faktor keakraban dan keintiman di dalam pasar tradisional merupakan faktor penting yang mendorong konsumen untuk berbelanja di toko-toko tradisional. Tetapi ada beberapa konsumen yang memang merasa lebih nyaman berbelanja di pasar modern dengan konsep one stop shopping-nya.

Ada beberapa sikap konsumen dalam melakukan perjalanan ke pusat perbelanjaan. Menurut Carn (dalam Putra, 2007) yaitu:

1. Frekuensi perjalanan berbelanja, jika frekuensi tidak terlalu sering maka konsumen akan melakukan perjalanan pada tempat perbelanjaan yang lebih jauh.
2. Tingkat kepentingan terhadap barang, jika produk yang dibutuhkan merupakan kebutuhan yang harus segera terpenuhi, maka konsumen akan melakukan perjalanan dengan jarak dekat untuk mendapatkan barang pada tempat perbelanjaan yang menyediakan kebutuhan tersebut.
3. Barang dan jasa yang bersifat khusus, produk yang ditawarkan bersifat khusus sehingga tidak tersedia pada beberapa tempat perbelanjaan, oleh karena itu konsumen memerlukan perjalanan khusus untuk mendapatkan produk tersebut.

## **C. Karakteristik perjalanan**

### **1. Pengertian Karakteristik Perjalanan**

Karakteristik menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah sesuatu yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Perjalanan merupakan pergerakan seseorang atau kendaraan dalam suatu daerah dengan satu atau beberapa moda, dan dengan asal serta satu tujuan. Dalam perjalanan, memperhatikan lintasan, alat angkut (kendaraan), kecepatan, dan semua yang terjadi atau di lihat sepanjang lintasan itu (Miro, 2005)

Sementara itu, perjalanan dilakukan dengan tujuan menikmati kegiatan kegiatan perjalanan itu sendiri atau karena ada maksud tertentu, selain itu tentu saja ada unsur berpergian didalamnya. Pada saat melakukan perjalanan, misalnya mengendarai mobil bersama seseorang, maka menikmati apa yang terjadi atau yang kita lakukan sepanjang lintasan merupakan hal yang utama, perjalanan adalah proses berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain, pengadaan suatu pergerakan merupakan suatu fungsi dengan tiga faktor dasar yaitu:

- a. Pola tata guna tanah dan pengembangan – pengembangan pada daerah penelitian
- b. Karakteristik sosial ekonomi dari penduduk yang mengadakan perjalanan dari daerah penelitian
- c. Sifat, jangkuan dan kemampuan dari sistem pengangkutan di daerah penelitian.



Deskripsi dari ketiga faktor tersebut diatas dapat di pergunakan sebagai variabel-variabel yang memiliki ketergantungan satu dengan yang lainnya, serta dapat pula berubah berdasarkan letak geografis ataupun waktu pada daerah penelitian.

## 2. Karakteristik pola pergerakan

Keterkaitan antar wilayah ruang sangat berperan dalam menciptakan perjalanan. Menurut tamin (2003) pola pergerakan di bagi dua yaitu pergerakan tidak spasial dan pergerakan spasial. Konsep mengenai pergerakan tidak spasial (tanpa batas ruang) didalam suatu wilayah, misalnya mengenai mengapa orang melakukan perjalanan, kapan orang melakukan perjalanan, dan jenis angkutan apa yang digunakan.

### 1) Sebab terjadinya pergerakan

Biasanya maksud perjalanan dikelompokan sesuai dengan ciri dasarnya, yaitu yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan agama. Jika ditinjau lebih jauh lagi akan dijumpai kenyataan bahwa lebih dari 90% perjalanan berbasis tempat tinggal artinya: memulai perjalanan dari tempat tinggal (rumah) dan mengakhiri perjalanan kembali ke rumah. Pada kenyataan ini biasa ditambahkan kategori keenam tujuan perjalanan, yaitu maksud perjalanan pulang ke rumah.

### 2) Waktu terjadinya pergerakan

Waktu terjadinya pergerakan sangat tergantung pada kapan seseorang melakukan aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, waktu

perjalanan sangat tergantung pada maksud perjalanan. Perjalanan ke tempat kerja atau perjalanan dengan maksud bekerja biasanya merupakan perjalanan yang dominan, dan karena itu sangat penting diamati secara cermat.

### 3) Moda Perjalanan Yang Digunakan

Selain berjalan kaki, dalam melakukan perjalanan orang biasanya dihadapkan pada pilihan jenis angkutan seperti sepeda motor, mobil pribadi, angkutan umum, bentor, gojek dan grab kemudian melanjutkan dengan angkutan umum dalam menentukan pilihan jenis angkutan, orang mempertimbangkan berbagai faktor, yaitu maksud perjalanan, jarak tempuh, biaya, dan tingkat kenyamanan.

Sedangkan konsep mengenai ciri pergerakan spasial (dengan batas ruang) di dalam suatu daerah berkaitan dengan distribusi spasial tata guna lahan yang terdapat di dalam suatu wilayah. Dalam hal ini, konsep dasarnya adalah bahwa suatu perjalanan dilakukan untuk melakukan kegiatan tertentu di lokasi yang dituju, dan lokasi tersebut ditentukan oleh tata guna lahan tersebut.

Pergerakan spasial dibedakan menjadi pola perjalanan orang dan perjalanan barang.

#### a. Pola perjalanan orang

Dalam hal ini pola penyebaran spasial yang sangat berperan adalah sebaran spasial dari daerah industri, perkantoran dan pemukiman. Pola sebaran spasial dari ketiga jenis tata guna lahan ini

sangat berperan dalam menentukan pola perjalanan orang, terutama perjalanan dengan maksud bekerja. Tentu saja sebaran spasial untuk pertokoan dan areal pendidikan juga berperan.

b. Pola perjalanan barang

Pola perjalanan barang sangat dipengaruhi oleh aktivitas produksi dan konsumsi, yang sangat tergantung pada sebaran pola tata guna lahan pemukiman (konsumsi), serta industri dan pertanian (produksi). Selain itu pola perjalanan barang sangat dipengaruhi oleh rantai distribusi yang menghubungkan pusat produksi ke daerah konsumsi.

c. Klasifikasi perjalanan

Klasifikasi pergerakan terdiri dari tujuan perjalanan, waktu melakukan perjalanan, sarana atau angkutan yang digunakan serta atribut sosio-ekonomi yang terdiri dari tingkat pendapatan, kepemilikan kendaraan dan ukuran rumah tangga. Data-data klasifikasi perjalanan pada suatu zona merupakan data-data primer yang di perlukan untuk menghitung bangkitan pergerakan pada zona tersebut.

d. Berdasarkan tujuan pergerakan

Menurut (tamin, 2003), dalam kasus pergerakan berbasis rumah ada empat kategori yang sering digunakan adalah:

1. Pergerakan ke tempat kerja

2. Pergerakan ke sekolah atau kampus (pergerakan dengan tujuan pendidikan)
3. Pergerakan ketempat belanja
4. Pergerakan untuk kepentingan sosial dan rekreasi dan lain-lain.

Dari tujuan pergerakan pertama (bekerja dan berpendidikan) disebut tujuan pergerakan utama yang merupakan keharusan untuk dilakukan oleh setiap orang setiap hari, sedangkan tujuan pergerakan lain sifatnya hanya pilihan dan tidak rutin dilakukan.

#### **D. Perilaku Perjalanan**

Kamus umum bahasa indonesia mendefinisikan perilaku sebagai kelakuan, tabiat, tingkahlaku, sedangkan dalam kamus besar indonesia perilaku diartikan sebagai tanggapan atau reaksi yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Dalam konsep kolektif perilaku diartikan manusia dalam melakukan perjalanan ketempat tujuan. Pola perjalanan di daerah perkotaan/urban dipengaruhi oleh tata letak pusat-pusat kegiatan perkotaan (pemukiman, komersial, perkantoran, sekolah, rumah sakit, pasar dan lain-lain). Pola perjalanan di bentuk oleh tiga hal yaitu frekuensi perjalanan, tujuan perjalanan, dan moda perjalanan.

Perilaku perjalanan berkaitan dengan perilaku manusia dalam menentukan pola perjalanan yang akan di lakukan dengan terlebih dahulu memutuskan pola aktivitas sehari-hari. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan perjalanan yaitu: (Adisasmita, 2015)

1. Kebutuhan perjalanan
2. Jenis perjalanan
3. Waktu perjalanan
4. Tarif angkutan
5. Tersedianya sarana angkutan (Moda transportasi)
6. Sifat pelayanan

Keinginan melakukan perjalanan ke pasar moderen menunjukkan perkembangan yang semakin meningkat, kecenderungan ini adalah seiring jumlah penduduk yang bertambah semakin banyak dan di sertai dengan gaya hidup sekarang samakin trend, serta peningkatan pendapatan perkapita.

Terdapat 4 faktor yang dianggap berpengaruh kuat terhadap perilaku pelaku perjalanan (*trip maker behavior*). Faktor-faktor ini terbagi lagi menjadi beberapa variabel yang dapat diidentikkan. Variabel-variabel ini dinilai secara kuantitatif dan kualitatif. Faktor-faktor atau variabel-variabel tersebut adalah:

1. Faktor karakteristik perjalanan (*travel characteristics factor*).

Pada kelompok ini terdapat beberapa variabel yang dianggap kuat pengaruhnya terhadap perilaku pengguna jasa moda transporatasi dalam memilih moda angkutan, yaitu:

- a. Tujuan perjalanan (*trip purpose*) seperti bekerja, sekolah, sosial dan lainlain.

- b. Waktu perjalanan (*time of trip made*) seperti pagi hari, siang hari, tengah malam, hari libur dan seterusnya.
- c. Panjang perjalanan (*trip length*), merupakan jarak fisik antara asal dengan tujuan, termasuk panjang rute/ruas, waktu pembandingan kalau menggunakan moda-moda lain, disini berlaku bahwa semakin jauh perjalanan, semakin orang cenderung memilih angkutan umum dan semakin dekat perjalanan orang cenderung akan memilih menggunakan kendaraan pribadi.

2. Faktor karakteristik pelaku perjalanan (*traveler characteristics factor*).

Pada kelompok faktor ini, seluruh variabel berhubungan dengan individu pelaku perjalanan. Variabel-variabel dimaksud ikut serta berkontribusi mempengaruhi perilaku perjalanan variable tersebut diantaranya adalah:

- a) Pendekatan (*income*), berupa daya beli sang pelaku perjalanan untuk membiayai perjalanannya, entah dengan mobil pribadi atau angkutan umum.
- b) Kepemilikan kendaraan (*car ownership*), berupa tersedianya kendaraan pribadi sebagai sarana melakukan perjalanan.
- c) Kondisi kendaraan pribadi (tua, jelek, baru dll)
- d) Kepadatan permukiman (*density of residential development*).
- e) Sosial-ekonomi lainnya, seperti struktur dan ukuran keluarga (pasangan muda, punya anak, pensiun atau bujangan, dan lain-lain), serta semua variabel yang mempengaruhi pilihan moda.

3. Faktor karakteristik sistem transportasi (*transportation system characteristics factor*).

Pada faktor ini seluruh variabel yang berpengaruh terhadap perilaku pembuat perjalanan dalam memilih moda transportasi, berhubungan dengan kinerja pelayanan sistem transportasi seperti berikut:

- a. Waktu relatif perjalanan (*relative travel time*) dimulai dari lamanya waktu menunggu kendaraan di pemberhentian (terminal), waktu jalan keterminal (*walk to terminal time*) dan waktu diatas kendaraan.
- b. Biaya relative perjalanan (*relative travel cost*), merupakan seluruh biaya yang timbul akibat melakukan perjalanan dari asal ke tujuan untuk semua moda yang berkompetisi seperti tariff tiket, bahan bakar, dan lain-lain.
- c. Tingkat pelayanan relatif (*relative level of service*), merupakan variabel yang cukup bervariasi dan sulit diukur, contohnya adalah variabelvariabel kenyamanan dan kesenangan, yang membuat orang muda gonta-ganti moda transportasi.
- d. Tingkat akses/kemudahan mencapai tempat tujuan.
- e. Tingkat kehandalan angkutan umum disegi waktu (tepat waktu/*reability*), ketersediaan ruang parkir dan tarif.

Variabel nomor 1 dan 2 merupakan kelompok variabel yang dapat diukur (dikuantifikasikan), sementara ketiga variabel terakhir (3,4,5) merupakan kelompok variabel yang sangat subjektif sehingga sulit diukur (dikuantifikasikan) dan masuk kelompok variabel kualitatif

#### 4. Faktor karakteristik kota dan zona (*special characteristics factor*).

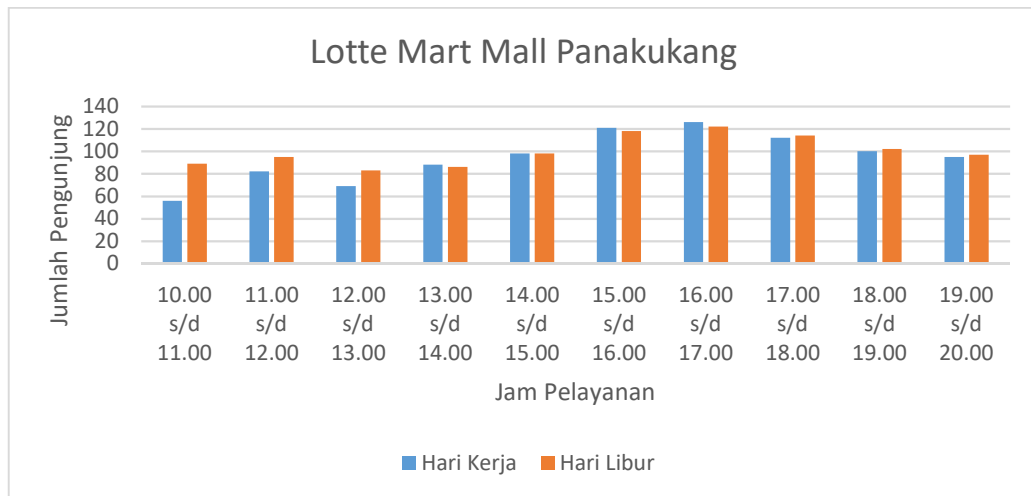
Variabel yang ada dalam kelompok ini contohnya

- a. Variabel jarak kediaman dengan tempat kegiatan (CBD).
- b. Variabel kepadatan penduduk (*population density*).

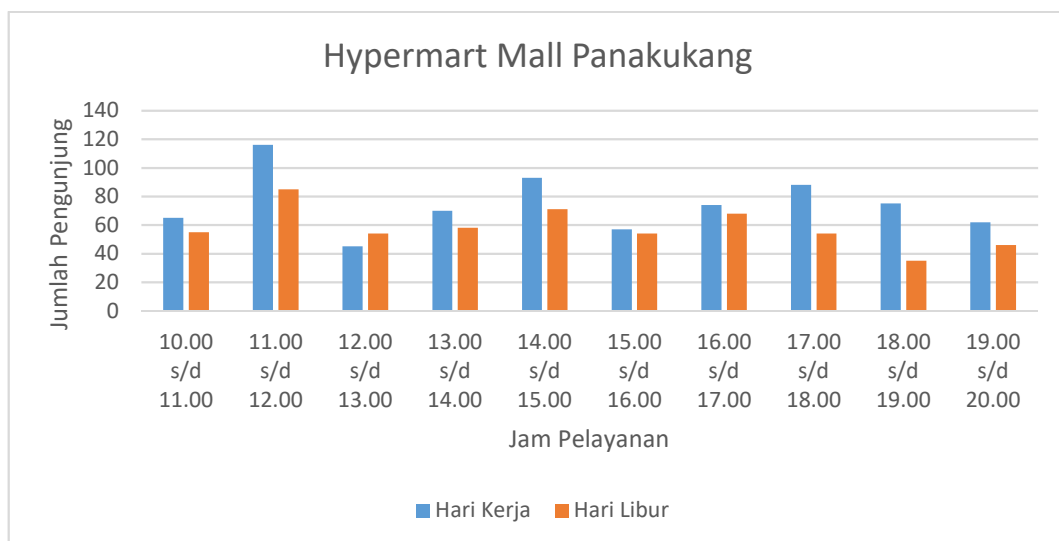
#### **E. Populasi Pengunjung Pusat Berbelanja Moderen**

Perkembangan pengunjung ke pusat berbelanja moderen di kota makassar dapat kita lihat dari hasil survei dilakukan dari jam 10.00 – 20.00 di hari kerja (Senin – Jumat) dan dihari libur (Sabtu dan Minggu), dimana kita ketahui bersama bawah untuk melengkapi kebutuhan harian masyarakat lebih banyak pergi ke pusat berbelanja moderen pada hari kerja di karenakan untuk menghindari jumlah pengunjung yang berlebih pada hari libur/weekend, adapun beberapa pusat berbelanja moderen yang di ambil sebagai tempat penelitian yaitu, Lotte Mart Mall Panakukang, Hypermart Mall Panakukang, Transmart Panakukang Square, Transmart Trans Studio Mall, Hero Mart Mall Ratu Indah. Data hasil survey pengunjung kita dapat lihat pada grafik di bawah ini:

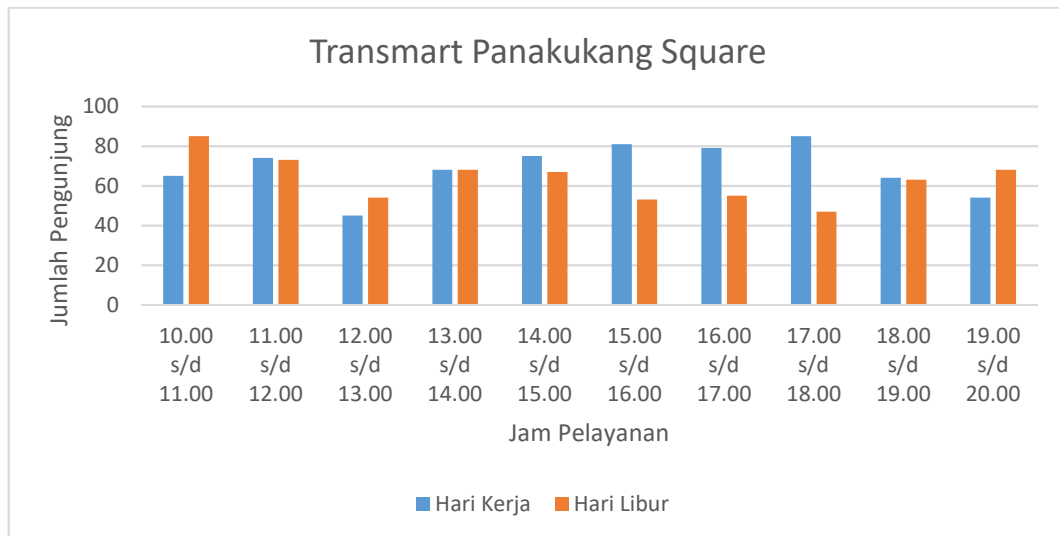




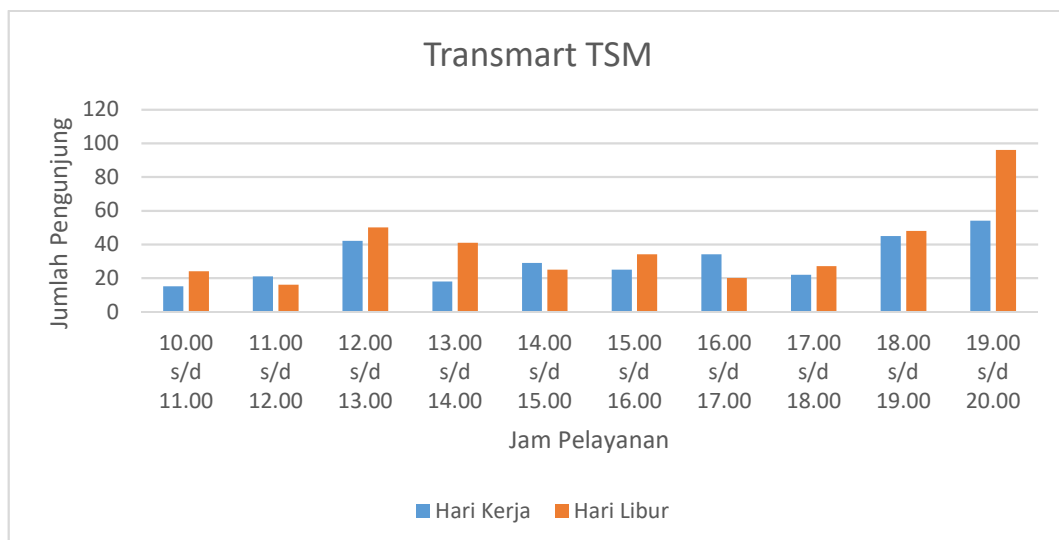
**Gambar 2.1** Jumlah kedatangan pengunjung di Lotte Mart Mall Panakukang pada hari kerja dan libur.



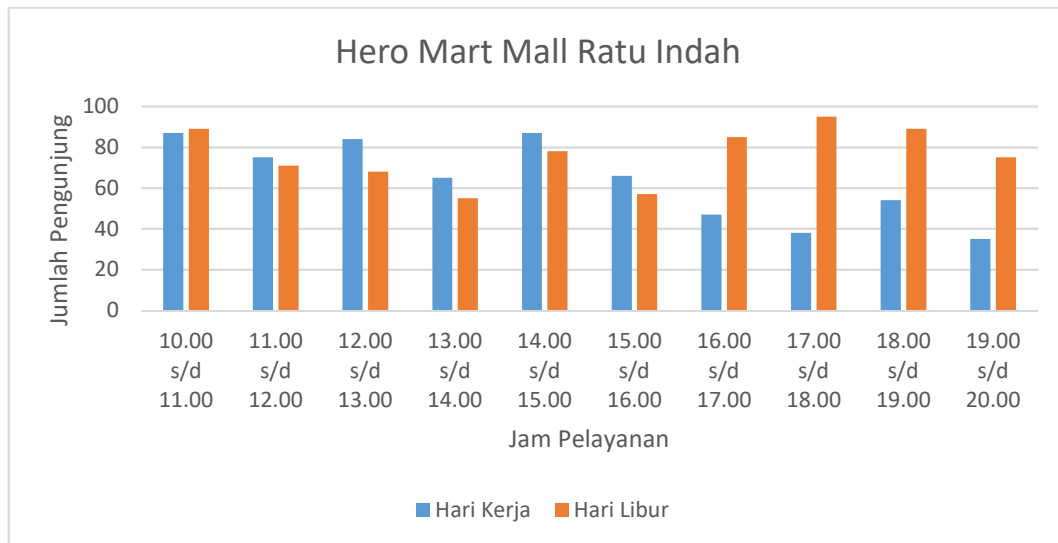
**Gambar 2.2** Jumlah kedatangan pengunjung di Hypermart Mall Panakukang pada hari kerja dan libur.



**Gambar 2.3** Jumlah kedatangan pengunjung di Transmart Panakukang Square pada hari kerja dan libur.



**Gambar 2.4** Jumlah kedatangan pengunjung di Transmart Trans Studio Mall pada hari kerja dan libur.



Gambar 2.5 Jumlah kedatangan pengunjung di Hero Mart Mall Ratu Indah pada hari kerja dan libur.

#### F. Karakteristik perjalanan belanja

Menurut KBBI, karakteristik adalah kondisi dimana sesuatu atau seseorang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik perjalanan belanja dapat diartikan sebagai sifat atau jati diri seseorang dalam melakukan perjalanan untuk belanja dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Guy dan Wrigley (1981) memberikan empat pendekatan untuk memprediksi tingkah laku perjalanan belanja berdasarkan meminimalkan usaha (terdekat lebih disukai); berdasarkan penampilan yang diberikan (yang paling disukai); berdasarkan pilihan yang berbeda (adanya proses pemilihan yang terjadi); dan pilihan stokastik (model stokastik berdasarkan sejarah tingkah laku)

Karakteristik belanja dapat diartikan sebagai sifat khas seseorang dalam melakukan aktivitas belanja. Setiap rumah tangga memiliki karakteristik belanja yang berbeda-beda yang telah tumbuh dan menjadi suatu kebiasaan rumah tangga tersebut. Hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Bawa dan Ghosh (1999), kegiatan belanja kebutuhan harian adalah perilaku yang sering dipengaruhi oleh pendapatan, besar rumah tangga, suasana toko, dan keberadaan anak. Berdasarkan hal tersebut Lotoski dkk (2015) menyatakan bahwa, individu yang memiliki posisi sosial-ekonomi lebih rendah lebih memilih supermarket yang memiliki jarak yang dekat, jika dibandingkan dengan individu yang memiliki posisi sosial-ekonomi lebih tinggi.

Menurut Arredondo dkk (2006) dan Larson dkk (2006), teman belanja dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan aktivitas belanja kebutuhan sehari-hari yang saling berdampak satu sama lain, dimulai dari produk apa yang dibeli, pilihan lokasi belanja dan moda transportasi yang akan digunakan. Salah satu contoh dari teman belanja adalah anak. Keikutsertaan anak dalam berbelanja dapat mempengaruhi jumlah belanja hingga dua kali lipat dan ditemukan lebih banyak produk dari permintaan anaknya. Karakteristik belanja lainnya yang dapat mempengaruhi pilihan lokasi belanja kebutuhan sehari-hari adalah dengan perencanaan belanja menggunakan iklan maupun promo. Berdasarkan Smith dan Casrky (1996), konsumen yang sering menggunakan iklan untuk merencanakan belanja mereka percaya bahwa praktik ini paling relevan dan berguna dalam hal

menyimpan uang. Selanjutnya, penelitian telah menunjukkan bahwa ada kurangnya loyalitas terhadap toko spesifik (terutama selama atau setelah resesi) dan sejumlah konsumen yang signifikan berpindah toko untuk mengambil keuntungan dari potongan harga (Hampson dan McGoldrick, 2013; Food Marketing Institute, 2014).

Moda transportasi atau kendaraan yang digunakan untuk berpindah tempat juga mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan lokasi belanja kebutuhan sehari-hari. Beberapa penelitian menunjukkan karakteristik sosial-ekonomi rumah tangga, lingkungan bangunan, dan atribut tingkat pelayanan mempengaruhi penggunaan angkutan barang dalam perjalanan belanja.

### **G. Logistik Harian Rumah Tangga**

Logistik merupakan seni dan ilmu mengatur dan mengontrol arus barang, energi, informasi, dan sumber daya lainnya, seperti produk, jasa, dan manusia, dari sumber produksi ke pasar. Manufaktur dan marketing akan sulit dilakukan tanpa dukungan logistik. Logistik juga mencakup integrasi informasi, transportasi, inventori, pergudangan, dan pemaketan.

Pada skala rumah tangga, logistik bukan sekedar urusan menyusun daftar belanja, melainkan bagaimana agar pengadaan kebutuhan rumah tangga rutin dapat direncanakan dan distrukturkan agar bisa efisien. Secara garis besar, klasifikasikan kebutuhan rumah tangga menjadi 3 bagian utama:

a. pangan:

- bahan segar: daging/ ikan/ ayam, sayuran, bumbu, tahu tempe, telur, buah
  - bahan olahan: makanan beku (baso, nugget, sosis), makanan kering (ikan asin, kembang tahu), makanan kaleng (sarden, kornet), makanan instan (mie, pasta
  - pelengkap: kecap, sambal, saus, dressing, gula, garam, merica, coklat meisjes, selai, minyak goreng
  - bahan jadi: produk susu (susu, mentega, keju, eskrim), roti, biscuit, sereal, keripik, jus, kopi, the, madu
  - makanan pokok: beras, tepung, palawija
  - obat dan suplemen: vitamin, karbon aktif, obat flu, obat sakit kepala, obat panas
- b. perawatan tubuh:
- perlengkapan mandi dan sikat gigi: sabun, shampoo, odol
  - kosmetik: bedak, lotion
  - tisu, pembalut, dan pampers
- c. perawatan rumah
- laundry: deterjen, pelembut, spray setrika
  - piring: deterjen, spons
  - pembersih rumah: cairan pel, spray pembersih mebel, pembersih kaca
  - bahan bakar: elpiji, baterai
  - keperluan hewan peliharaan

Catatan: item seperti mainan, pakaian, atau hal terkait hobi (buku, dvd, dsb.) diasumsikan bersifat incidental, sehingga tidak termasuk di sini.

#### **H. Analisis Deskriptif Kuantitatif**

Analisis deskriptif kuantitatif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Teknik analisis ini biasa digunakan untuk penelitian-penelitian yang bersifat eksplorasi. Penelitian-penelitian jenis ini biasanya hanya mencoba untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan hasil penelitiannya.

Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

- a. Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang (*crosstabulation*). Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, dan mengkategorikan dalam rendah, sedang, atau tinggi.
- b. Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, poligon, ogive, diagram batang, diagram lingkaran, diagram paralel, dan diagram lambing.

#### **I. Analisis Deskriptif Kualitatif**

Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan/lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lainlain. Pendekatan kualitatif adalah suatu

proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Cresswell, 2002). Menurut Moleong (2007) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Menurut Sutopo (2006), metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum dikelompokkan ke dalam dua jenis cara, yaitu teknik yang bersifat interaktif dan non-interaktif. Metode interaktif meliputi interview dan observasi berperan serta, sedangkan metode noninteraktif meliputi observasi tak berperan serta, teknik kuesioner, mencatat dokumen, dan partisipasi tidak berperan.

#### **J. Analisis *crosstabulation* (Tabulasi Silang)**

Analisis Crosstab merupakan analisis dasar untuk hubungan antar variabel kategori (nominal atau ordinal). Sub menu Crosstab digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk tabulasi, yang meliputi baris dan kolom. Dengan demikian ciri tabulasi silang adalah adanya dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan, dan umumnya berupa data kualitatif.

Definisi lain menjelaskan analisis tabel silang crosstab merupakan salah satu analisis korelasional yang digunakan untuk melihat hubungan



antarvariabel (minimal 2 variabel) kategori nominal atau ordinal. Dimungkinkan pula adanya penambahan variabel control. (Trihendradi, 2010).

Crosstabs dilihat dari beberapa metode uji yang digunakan yaitu berupa :

- Uji Chi-Square Test untuk mengetahui hubungan antara baris dan kolom
- Uji Directional Measures untuk mengetahui kesetaraan antar hubungan variabel.
- Uji tatistic measures untuk mengetahui hubungan setara berdasarkan chisquare.
- Uji contingency tatistic untuk mengetahui koefisien kontingensi korelasi antar dua variabel.
- Uji lambda Berfungsi merefleksikan reduksi pada error bilamana valuevalue dari suatu variabel digunakan untuk memprediksi value-value dari variabel lain.
- Uji Phi dan Cramer's V: Untuk menghitung koefisien phi dan varian cramer.
- Uji Goodman dan Kruskal tau Digunakan untuk membandingkan probabilitas error dari dua situasi.

Analisis lebih lanjut dapat dilihat dari Chi-Square test. Analisis ini termasuk analisis inferern. Uji hipotesis yang dilakukan adalah :

$H_0$  = Tidak ada hubungan antara baris dan kolom

H1 = Ada hubungan antara baris dan kolom

yaitu, Jika nilai Asymp. Sig (2-sided) Chi-Square  $> \alpha$ , maka data tidak mendukung untuk menolak H0. Namun jika Asymp. Sig (2-sided) Chi-Square  $< \alpha$ , maka data mendukung untuk menolak H0.

atau

Jika  $\chi^2$  hitung  $< \chi^2$  tabel maka data tidak mendukung untuk menolak H0.

Jika  $\chi^2$  hitung  $> \chi^2$  tabel maka data mendukung untuk menolak H0 (Inung, 2012).

Secara umum, dalam analisis crosstab variabel-variabel dipaparkan dalam satu tabel dan berguna untuk:

- a. Menganalisis hubungan-hubungan antar variabel yang terjadi.
- b. Melihat bagaimana kedua atau beberapa variabel berhubungan.
- c. Mengatur data untuk keperluan analisis statistik.
- d. Untuk mengadakan kontrol terhadap variabel tertentu sehingga dapat dianalisis ada tidaknya hubungan.

#### **K. Analisis Regresi Linear Berganda**

Konsep ini merupakan pengembangan lanjut dari uraian sebelumnya, khususnya pada kasus yang mempunyai lebih banyak variabel bebas dan parameter b. Hal ini sangat diperlukan dalam realita yang menunjukkan bahwa beberapa peubah tata guna lahan secara simultan ternyata mempengaruhi bangkitan dan tarikan pergerakan. Persamaan regresi linear berganda merupakan persamaan matematik

yang menyatakan hubungan antara sebuah variabel tak bebas dengan variabel bebas.

Bentuk umum dari persamaan regresi linear berganda untuk menggambarkan bangkitan atau tarikan pergerakan adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Dimana :

Y = variabel dependen (tidak bebas)

a = konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_n$  = koefisien regresi

$X_1, X_2, \dots, X_n$  = variabel independen (bebas)

Analisa regresi linear berganda adalah suatu metode dalam Ilmu Statistik. Untuk menggunakannya, terdapat beberapa asumsi yang perlu diperhatikan:

- a. Nilai peubah, khususnya peubah bebas mempunyai nilai yang didapat dari hasil survey tanpa kesalahan berarti.
- b. Peubah tidak bebas (Y) harus mempunyai hubungan korelasi linear dengan peubah bebas (X), jika hubungan tersebut tidak linear, transformasi linear harus dilakukan, meskipun batasan ini akan mempunyai implikasi lain dalam analisis residual.
- c. Efek peubah bebas pada peubah tidak bebas merupakan penjumlahan dan harus tidak ada korelasi yang kuat sesama peubah bebas.

- d. Variasi peubah tidak bebas terhadap garis regresi harus sama untuk semua nilai peubah bebas.
- e. Nilai peubah bebas sebaiknya merupakan besaran yang relative mudah dan diproyeksikan.

#### L. Perangkat Lunak STATA

STATA merupakan salah satu program statistik yang lengkap/powerfull yang dikembangkan oleh Statacorp dan banyak digunakan di dalam menganalisis data kuantitatif baik itu menggunakan data cross-section, panel, atau time-series (Latan, 2014) STATA mampu mengolah data dengan jumlah variabel yang cukup banyak atau dengan jumlah observasi yang besar, seperti data sensus penduduk. STATA juga mampu mengolah data yang membutuhkan tingkat akurasi tinggi, seperti analisis ekonometrik. Kelebihan STATA selain kemampuan analisisnya adalah tersedianya *online help* untuk mencari keterangan tentang *syntax* yang dibutuhkan untuk sebuah analisis ekonometrik, oleh karena itu perintah di stata dapat menambah sesuai dengan penemuan perintah terbaru. Selain itu terdapat *online update* dimana akan diperoleh *update* fungsi-fungsi statistik dan ekonometrik yang terbaru atau yang sifatnya lebih *advance* (tanpa harus *update software*) (Suwardi, 2011)

Salah satu kelemahan STATA (yang dirasakan oleh pemula) dibandingkan dengan SPSS dalam pengolahan data adalah perintah atau *command*-nya harus di ketik dan dijalankan satu per satu, dibandingkan dengan SPSS yang perintahnya tinggal mengklik menunya saja.

Tentunya STATA punya kelebihan dibanding perangkat komputer pengolah data yang lain, justru karena perintahnya harus diketik tersebut, maka hampir semua proses analisis statistik dapat dilakukan oleh STATA. Menu pada SPSS dibatasi pembuatannya hanya untuk analisis yang sering digunakan saja (“Analisis Data Dengan Stata,” n.d.)

Kelebihan yang lain adalah STATA dapat juga digunakan untuk menganalisis data *survey*, yang biasanya pengambilan sampelnya tidak dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*), misalnya adanya pembagian strata dan pemilihan *cluster* atau blok atau wilayah cacah. Keterbatasan SPSS dan perangkat statistik lainnya adalah hanya berasumsi pada pengambilan sampel yang acak sederhana. Ketidakesesuaian antara desain sampel dengan metode analisis akan berakibat pada kesalahan pada hasil analisis, terutama kesalahan pada hasil estimasi interval dan uji hipotesis (“Analisis Data Dengan Stata,” n.d.)

Pengolahan data hanya dapat dilakukan dengan STATA setelah file data diaktifkan. Hasil pengolahan data (*output*) dapat dimunculkan dilayar dan/atau disimpan ke dalam file tersendiri, yang mana file *output* atau hasil ini dapat diedit atau diprint dengan menggunakan program pengolah kata seperti *MsWord* atau *WordPerfect* (“Analisis Data Dengan Stata,” n.d.)

Dalam pengoperasiannya, STATA menampilkan empat *window* sekaligus yang masing-masing mempunyai fungsi yang berbeda, antara lain: *Review*, *Variables*, *Stata Result* dan *Stata Command* (Suwardi, 2011) *Review* menampilkan seluruh *syntax command* yang pernah dituliskan

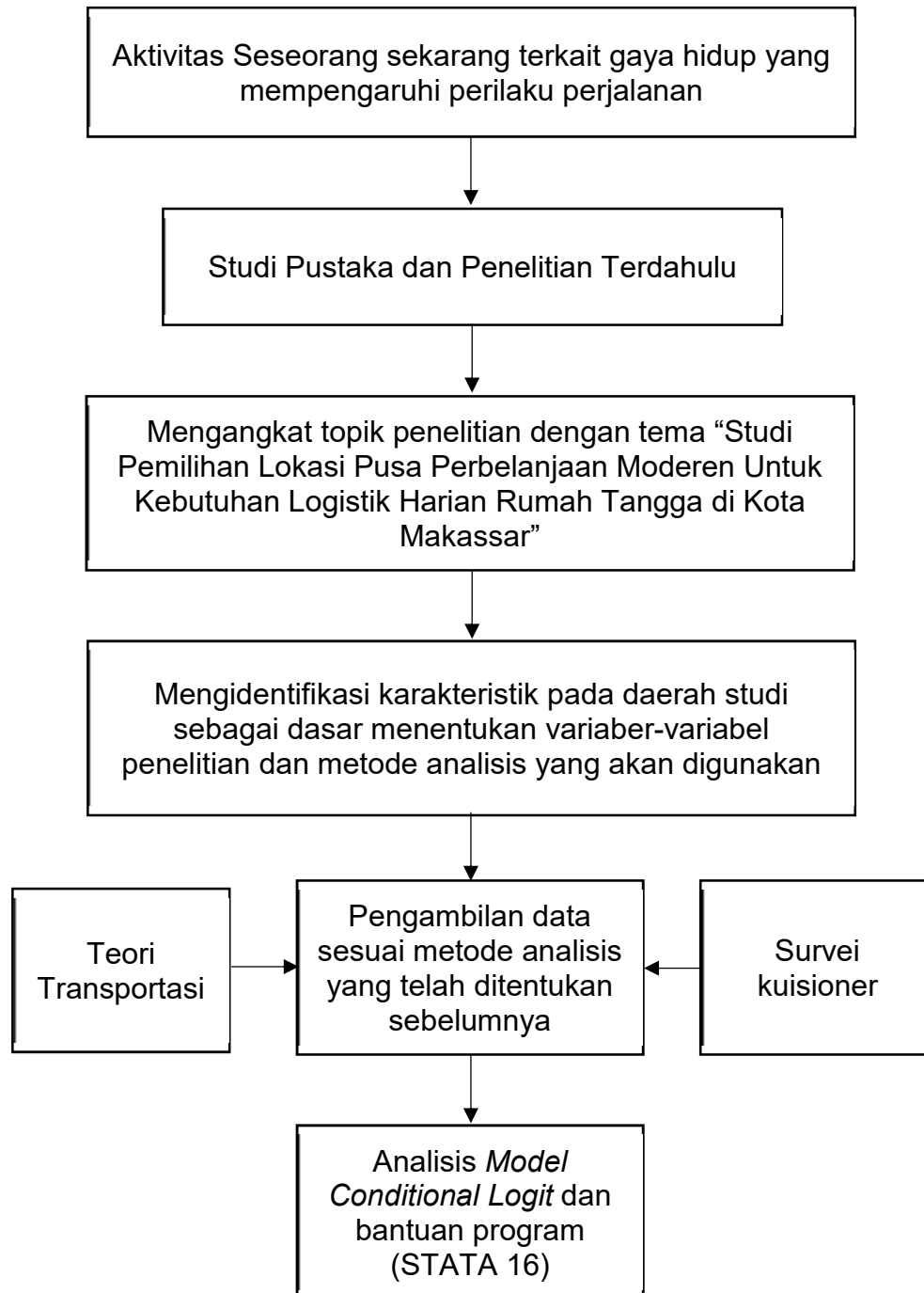
pada *window Stata Command*. *Variables* menampilkan daftar nama variabel dari data yang sedang aktif. *Stataresult* menampilkan *syntax program*, hasil proses dari *syntax command*. *Stata command* tempat untuk menuliskan *syntax command*.

Perbandingan menarik lain antara corak *SPSS* dan *Stata*, disajikan oleh beberapa orang Statistikan pada *Windows Live Spaces*, yaitu Keuntungan *Stata* antara lain:

- a. Lebih mudah untuk menjalankan model *probit*
- b. Lebih baik dan lengkap dalam hal dokumentasi
- c. Dapat melakukan lebih banyak prosedur di banding *SPSS*
- d. Dukungan perusahaan yang baik, untuk kemudahan pengguna
- e. Menyatukan berbagai rutin potongan menyilang dari *time-series*
- f. Prosedur perhitungan (rutin *poisson*, *binomial* negatif dan nol)
- g. Mengestimasi maksimum-likelihood (*Probit*, *multinomiallogit*, *ordinallogit*, *ordinalprobit*)
- h. Koreksi *Huber-white* untuk *heteroscedasticity*
- i. Rutin *ANOVA* lebih komprehensif
- j. Regresi *Cox*
- k. Memiliki prosedur analisis Durasi
- l. Kemampuan untuk mengestimasi model survei yang kompleks
- m. Lebih baik dalam kemampuan membobot (*pweights* vs. *aweights* dan *iweights*)

n. Pengembangan lebih cepat di banding SPSS

### M. Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2.6 Kerangka Konseptual Penelitian

## N. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode	Kesimpulan
(Pamela Anggita dan Leksmono Suryo Putranto 2019)	Analisis Pengaruh Karakteristik Perjalanan Belanja Terhadap Pilihan Lokasi Belanja Kebutuhan Sehari- Hari Di Jabodetabek	scoring metode licert	Karakteristik belanja responden (jenis produk, jam belanja, teman belanja, daftar belanja, jarak lokasi belanja, dan moda transportasi belanja) mempengaruhi pilihan lokasi belanja kebutuhan sehari-hari responden. Jenis produk belanja merupakan salah satu karakteristik belanja yang paling mempengaruhi pilihan lokasi belanja responden. Karakteristik belanja responden sebagian besar dipengaruhi oleh latar belakang responden antara lain pendidikan terakhir responden, jenis kelamin responden, agama responden, besar pengeluaran responden dan jumlah anggota rumah tangga responden.



---

Variabel yang paling berperan besar dalam pemilihan lokasi belanja kebutuhan sehari-hari responden adalah karakteristik perjalanan belanja responden. Jenis produk yang akan dibelanjakan berperan penting dalam karakteristik perjalanan belanja responden. Pemilihan lokasi belanja atas dasar jenis produk yang akan dibelanjakan cenderung dilakukan oleh wanita dibandingkan dengan pria.

---

(Muhammad rizki & tri basuki juwiono, 2018)	Investigasi pemilihan lokasi belanja dan perilaku perjalanan di kota bandung	pembagian kuisisioner dengan analisis tabulasi silang	Pemilihan lokasi belanja untuk kebutuhan fisik sangat berhubungan dengan pola aktivitas dan pengaturan atraksi lokasi belanja. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kebijakan manajemen perkotaan merupakan poin penting, yaitu khususnya penyediaan lokasi belanja yang mendekati lokasi tempat tinggal. Pola atraksi lokasi belanja memerlukan
---	--	---	---

---

---

			penyesuaian dengan lokasi aktivitas. Selain itu pola pengaturan aktivitas yang berhubungan kegiatan belanja menandakan perlunya manajemen angkutan umum melayani aktivitas belanja dengan layanan dan jaringan yang terhubung dengan aktivitas lain
(Rd.Ajeng adistya medina,2017)	Pola Spasial Pemilihan Lokasi Belanja Kebutuhan Primer Penduduk Kecamatan Bogor Tengah	deskriptif menggunakan Chi-Square dengan pendekatan spasial	Pola spasial pemilihan lokasi belanja kebutuhan primer harian ditentukan oleh faktor waktu tempuh dan juga jarak terdekat terhadap lokasi tempat tinggal. Jenis pergerakan belanja <i>single purpose trip</i> mayoritas dipilih penduduk karena umumnya jarak yang ditempuh merupakan jarak dekat. Dalam memilih lokasi belanja, karakteristik demografi pendapatan dan pendidikan sangat terkait dengan pemilihan lokasi belanja yang akan menjadi tujuannya. Penduduk dengan pendapatan dan pendidikan rendah cenderung

---

---

memilih lokasi belanja pada pasar tradisional, sedangkan penduduk dengan pendapatan dan pendidikan tinggi pada umumnya memilih pasar modern sebagai lokasi belanja kebutuhannya. Sedangkan pada karakteristik demografi status pekerjaan hubungan yang terjadi tidak signifikan apabila tidak dikaitkan dengan tingkat pendapatan masing-masing penduduknya.

---

(Dharmowijoyo, Susilo, Karlström, & Adiredja, 2015)	Mengumpulkan Buku Harian aktivitas dan penggunaan waktu tiga minggu multidimensi rumah tangga di wilayah	SPSS Versi 22 Dan Tiga tahap kuadrat terkecil (3SLS)	Hasil juga menunjukkan bahwa mendukung lebih banyak kegiatan fisik dapat mengakibatkan pengurangan yang signifikan dalam penggunaan mode bermotor individu, sementara individu yang menunjukkan kecenderungan untuk menggunakan waktu luang mereka pada kegiatan sosial cenderung memiliki kondisi kesehatan sosial yang lebih baik. Selanjutnya, melakukan kegiatan diskresi multi-tugas di luar
---	--	--	---

---

---

metropolitan

bandung, Indonesia

rumah berkorelasi positif dengan kesehatan fisik yang lebih baik. Semua ini menyoroti pentingnya memahami dan menganalisis mekanisme yang kompleks yang mendasari faktor-faktor mendasar yang membentuk pola perjalanan-aktivitas harian individu di negara-negara berkembang. Jenis pendekatan multidisiplin diperlukan untuk merancang kebijakan transportasi yang lebih baik yang tidak hanya akan mempromosikan kondisi transportasi yang lebih baik, tetapi juga masyarakat yang lebih sehat dengan kualitas hidup yang lebih baik.

---

---

(Melawaty Agustien, Ade Sjaruddin, Harun Al Rasyid S. Lubis, 2015)	Analisis Pilihan Jadwal Waktu Aktivitas Selain Berkerja	Model Utilitas Waktu dari Model Multinomial Logit	Hasil pemodelan menunjukkan nilai utilitas alokasi waktu, karakteristik perjalanan dan kondisi sosial ekonomi responden mempengaruhi jadwal waktu aktivitas.
(Mubbasirang Pasra,Muh Isran Ramli, Sakti A Adisasmita, Muh Saleh Pallu,2013)	Perjalanan belanja untuk Regresi Pasar tradisional di kota dan Model Logit makassar: Daya Tarik Perjalanan dan Frekuens menggunakan regresi dan model logit	Model	Hasil Penelitian Jumlah asesoris dan peralatan rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap jumlah daya tarik perjalanan. Selanjutnya, kondisi rumah, ukuran keluarga, pendapatan, uang yang dihabiskan, dan waktu tinggal di pasar adalah variabel yang signifikan dalam mempengaruhi frekuensi perjalanan.

---