RINGKASAN

Studi ini bermaksud untuk membahas analisis spasial pola persebaran dan faktor pemilihan lokasi pusat perbelanjaan yang ada di Kota Bekasi. Definisi ruang adalah permukaan bumi, baik yang ada di atasnya maupun yang ada di bawahnya sepanjang manusia bisa menjangkaunya.lokasi menggambarkan posisi pada pada ruang. Dalam konteks wilayah, lokasi menggambarkan keterkaitan antar kegiatan di suatu lokasi dan berbagai kegiatan lainnya di lokasi lain (faktor kedekatan lokasi/spasial). Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis tetangga terdekat untuk pola persebaran, dan analisis pembobotan dengan menghitung rata-rata (mean) untuk faktor pemilihan lokasi pusat perbelanjaan.

Hasil penelitian menununjukan bahwa pola persebaran pusat perbelanjaan di Kota Bekasi cenderung berkelompok yang terdapat di pusat kota. Selain ituterdapat nilai pembobotan faktor dari yang tertinggi sampai terendah yaitu, faktor aksesibilitas, faktor demografi, faktor sosioekoonomi konsumen, faktor psikografis dan faktor persaingan.

KATA KUNCI : Faktor Pemilihan Lokasi, Pusat Perbelanjaan, Spasial.