

Analisa Hubungan Tata Ruang dan Keramaian Kunjungan Mall

Studi Kasus Pacific Mall Tegal

Aron M. Davinchy, Uras Siahaan, dan Posma SJK Hutasoit
Program Studi Magister Arsitektur, Pascasarjana, Universitas Kristen Indonesia
E-mail : aronmdavinchy@gmail.com

ABSTRACT

Mall is a retail architectural product that facilitates visitors for shopping and recreation. In big cities, malls have become a lifestyle and a place for gatherings or social activities. Malls are considered an important need, so their existence is mushrooming in big cities. Tegal City is one of city that on the north side of Java Island. Since the existence of the Trans Java Toll Road, cities on the northern side of Java Island have experienced significant development. Currently there are several malls or shopping centers in Tegal City. Pacific Mall Tegal is one of the malls in Tegal City. This mall is in the heart of Tegal City with various supporting facilities. This causes this mall to become one of the favorite shopping centers in Tegal City and is always busy with visitors. The layout of the mall is one of the determining factors that can provide a sense of comfort for mall visitors. Good spatial planning can maximize the potential of a building, so that the building can become more lively and increase the level of visits to the mall.

Keywords: *Mall, Spatial, Visitor*

1. PENDAHULUAN

Tegal merupakan sebuah kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah dan berada 165 kilometer di sebelah barat Kota Semarang. Kota ini terletak di jalur lintas utara pulau Jawa sehingga secara geografis kota ini terletak di posisi yang strategis. Jasa dan perdagangan adalah sektor utama dalam pergerakan ekonomi Kota Tegal.

Mall atau yang biasa disebut pusat perbelanjaan, merupakan salah satu kebutuhan atau bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Sehingga adalah sesuatu yang tidak mengherankan bahwa dalam rentang 5 tahun sejak awal tahun 2000an, berdiri beberapa pusat perbelanjaan di Kota Tegal. Pusat perbelanjaan yang dimaksud adalah Rita Supermall, Marina Plaza, Dedy Jaya Plaza, Pusat Grosir Moro, dan Pacific Mall.

Mall menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbelanja dikarenakan terpenuhinya tingkat kenyamanan (Syoufa, 2014). Kelengkapan dari fasilitas dan tenan serta anchor yang ditawarkan merupakan kunci bagi sebuah mall agar memberi kenyamanan kepada pengunjung sehingga mall tersebut dapat tetap eksis. Pacific Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang paling eksis di Kota Tegal. Fasilitas lengkap dan lokasi yang strategis (berada di pusat kota) memberikan keuntungan lebih besar kepada mall ini untuk berkembang dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lain.

Ruang dalam mall perlu ditata agar dapat secara maksimal terekspos (Fransisca, 2013). Dikarenakan proses pelayanan di dalam mall bersifat mandiri dan langsung, maka perlu ada sebuah tata ruang yang baik untuk memudahkan alur pengunjung dalam berbelanja. Menurut Francis D.K. Ching (dalam Cisyulia, 2024:2) alur sirkulasi dapat diartikan sebagai “tali” yang mengikat ruang - ruang suatu bangunan atau suatu deretan ruang - ruang dalam maupun luar yang menjadi saling berhubungan satu dengan lainnya. Hal itulah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh tata ruang mall terhadap keramaian kunjungan mall, dengan studi kasus Pacific Mall Tegal.

Tegal merupakan sebuah kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah dan berada 165 kilometer di sebelah barat Kota Semarang. Kota ini terletak di jalur lintas utara pulau Jawa sehingga secara geografis kota ini terletak di posisi yang strategis. Jasa dan perdagangan adalah sektor utama dalam pergerakan ekonomi Kota Tegal.

Mall atau yang biasa disebut pusat perbelanjaan, merupakan salah satu kebutuhan atau bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Sehingga adalah sesuatu yang tidak mengherankan bahwa dalam rentang 5 tahun sejak awal tahun 2000an, berdiri beberapa pusat perbelanjaan di Kota Tegal. Pusat perbelanjaan yang dimaksud adalah Rita Supermall, Marina Plaza, Dedy Jaya Plaza, Pusat Grosir Moro, dan Pacific Mall.

Mall menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbelanja dikarenakan terpenuhinya tingkat kenyamanan (Syoufa, 2014). Kelengkapan dari fasilitas dan tenan serta anchor yang ditawarkan merupakan kunci bagi sebuah mall agar memberi kenyamanan kepada pengunjung sehingga mall tersebut dapat tetap eksis. Pacific Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang paling eksis di Kota Tegal. Fasilitas lengkap dan lokasi yang strategis (berada di pusat kota) memberikan keuntungan lebih besar kepada mall ini untuk berkembang dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lain.

Ruang dalam mall perlu ditata agar dapat secara maksimal terekspos (Fransisca, 2013). Dikarenakan proses pelayanan di dalam mall bersifat mandiri dan langsung, maka perlu ada sebuah tata ruang yang baik untuk memudahkan pengunjung dalam berbelanja. Hal itulah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh tata ruang mall terhadap keramaian kunjungan mall, dengan studi kasus Pacific Mall Tegal.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Definisi mall

Mall adalah bangunan dengan beberapa lantai dengan model tertutup dan memiliki berbagai etalase serta desain interior yang indah dan menarik. Dalam perancangannya, mall biasanya dirancang dengan rancangan yang *eye catching* dan dilengkapi dengan sistem penghawaan

yang baik untuk memberikan kesan nyaman kepada pengunjung ketika berbelanja. Mall juga dapat didefinisikan sebagai produk arsitektur dalam bidang retail yang dibentuk dengan pedestrian yang berfungsi untuk menghubungkan beberapa titik keramaian, dengan area sekitar yang dilengkapi dengan area penjualan atau retail dalam proses pemenuhan berbagai keperluan pengunjung mall tersebut (Subakti, 2014).

Rubinstein (1978) dalam (Purbandini, 2011), mengartikan mall merupakan sebuah sirkulasi linear atau sirkulasi di dalam pusat kawasan bisnis sebuah kota yang mengutamakan pengunjung yang berjalan kaki, dalam bentuk pedestrian dilengkapi dengan plaza serta ruang publik (ruang interaksi yang saling berkombinasi). Selain berfungsi sebagai *street shop*, sebuah mall juga berfungsi sebagai pengatur, penyambung, dan yang membentuk unit-unit retail, serta identifikasi terhadap kejelasan orientasi sebuah area. Pada awalnya, tujuan adanya sebuah mall adalah untuk memfasilitasi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dengan menyediakan koleksi berbagai macam toko yang disatukan di dalam sebuah gedung.

Sebuah mall dapat membentuk sebuah ekosistem lingkungan jual beli dalam bentuk *one stop shopping*. Karena itu, pengunjung mal maupun konsumen tidak harus lagi berkeliling ke semua toko untuk mencari kebutuhannya. Menurut Dallen 2 (2005) di dalam penelitian Mardiyana (2012) disebutkan bahwa cara pemasaran kepada calon pengunjung menjadi hal paling penting yang dapat dilakukan untuk menarik minat calon pengunjung untuk mengunjungi mall. Dalam upaya mengundang minat atau perhatian calon konsumen atau pengunjung sangat dibutuhkan sebuah strategi yang biasa disebut *shopping destination strategy*. *Shopping destination strategy* dilakukan dengan menarik perhatian serta minat pengunjung terhadap sebuah objek dengan cara sebuah atraksi visual langsung yang dideskripsikan melalui strategi-strategi *shopping venue design, layout, location, display*, dan lain sebagainya, sehingga mendorong keinginan untuk berkunjung dan berbelanja.

Lynda dan Wing (2005) mengatakan bahwa sebuah tempat perbelanjaan adalah satu properti tunggal dengan perencanaan pengembangan dan kepemilikan serta pengelolaan dilakukan oleh beberapa usaha ritel serta usaha komersial lainnya. Adapun Rubenstein (1978) menyatakan bahwa pusat Perbelanjaan Mall diartikan sebagai wadah pusat bisnis sebuah kota atau dapat dikatakan *central city business area* dengan lebih diorientasikan untuk orang yang berjalan kaki, berupa sebuah pedestrian dan kombinasi plaza serta banyak ruang interaksional yang didalamnya terdapat suatu area pergerakan linier.

Berdasarkan berbagai pemahaman sumber di atas dapat diartikan bahwa mall merupakan suatu wadah untuk kegiatan komersial dengan penataan sedemikian rupa dalam wujud

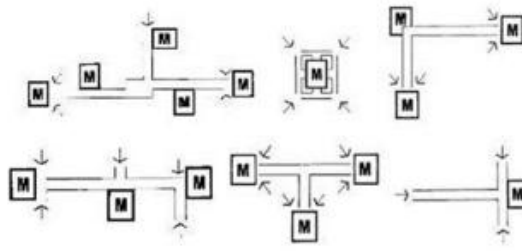
arsitektural dengan tujuan menghubungkan beberapa titik pusat keramaian berupa ruang rekreasi (jalan) dan tempat penjualan berbagai kebutuhan. Sebelum pengunjung memutuskan memasuki retail, Pengunjung dapat berjalan-jalan ataupun berekreasi serta melihat-lihat barang yang ditawarkan oleh toko di dalam mall tersebut. Oleh sebab itu esensi dari sebuah mall lebih dalam bentuk sebuah lokasi jual beli dengan lebih menonjolkan rekreasi dan kenyamanan dalam berbelanja bukan sebagai pertokoan padat barang.

Faktor kunjungan mall

Dalam (Mardiyana, 2012) Keng Neo dan Lai Mun (2005) mengatakan terdapat tujuh hal yang menjadi penarik konsumen dalam berkunjung ke mall:

- a. Lokasi, yaitu tersedianya kemudahan akses dan petunjuk arah yang jelas, serta menarik dan nyamannya suasana toko, desain dan perletakan produk yang ditawarkan.
- b. Aspek social, yaitu pendukung suasana bangunan yang nyaman, termasuk waktu pengawasan satpam dan lainnya.
- c. Kondisi, terkait dengan keadaan di sekitar lingkungan seperti kebersihan, penghawaan, rambu, penerangan, dan hal lainnya yang biasa disebut dengan *Ambient*.
- d. Harga, yaitu nilai dari sebuah barang atau jasa yang akan ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan.
- e. Produk, yaitu setiap item barang atau jasa yang ditawarkan penjual terhadap pembeli untuk menarik perhatian, permintaan, pencarian, serta pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan pembeli..
- f. Fasilitas, merupakan penunjang dalam bentuk sarana dan prasarana fisik dari pusat perbelanjaan seperti jalan, sarana transportasi publik, toilet umum, atm, jaringan telekomunikasi, tempat ibadah, dan tempat pembuangan sampah.
- g. Pelayanan, adalah bentuk perilaku dari pengelola ataupun pemilik toko terhadap konsumen yang dapat menunjang kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Faktor lain yang dapat meningkatkan kunjungan mall adalah kelengkapan tenant kecil yang ada pada mall tersebut seperti seperti toko-toko kecil yang menyediakan kebutuhan umum seperti pakaian, kelontong, dan retail lain yang letaknya tidak jauh terhadap tenant utama (Sinarwastu, 2016). Kekuatan utama dari sebuah tenant utama dapat berbentuk suatu toko besar yang populer dan lengkap dengan beranekaragam produk serta banyak strategi dalam menawarkan produknya. Tenant yang seperti ini biasanya dapat menarik banyak pengunjung untuk mengunjungi tempat mereka. Fungsi dari adanya tenant utama adalah untuk menarik pengunjung agar perhatian mereka dapat tertuju pada display ketika melewati area retail yang ada (Sinarwastu, 2016).



Gambar 1. Denah Tenant Utama

(Sumber : Putra, 2019)

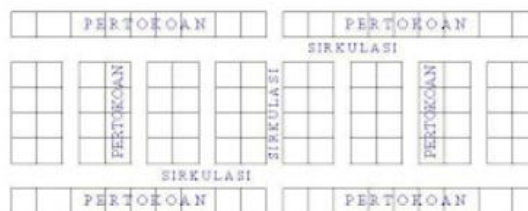
Pola dan tata ruang mall

Dalam penelitian Yempormase (2013:21) Maithland mengatakan bahwa sebenarnya setiap mall memiliki pola yang linier. Tata ruang pada mall yang sering terlihat adalah mall dengan satu koridor dengan lebar koridor maksimal 16 meter dan minimal 8 meter. Pintu masuk sebaiknya dapat diakses dari segala arah untuk memudahkan pencapaian pengunjung.

Pola satu koridor dengan adanya atrium disepanjang koridor serta perletakan magnet atau penarik utama di akhir atau ujung koridor merupakan ciri-ciri yang menjadi pembeda antara mall dan pusat perbelanjaan pada umumnya. San Interior (2014) mengatakan tata ruang retail dan toko dalam sebuah pusat perbelanjaan selalu memiliki pola yang dapat dibedakan menjadi seperti berikut :

A. Sistem banyak koridor

Pada sistem ini ada lebih dari satu koridor tanpa orientasi yang jelas dan tanpa ada penekanan yang menyebabkan koridor terlihat sama, sehingga seolah yang bagian depan atau yang dekat bagian depan saja yang strategis. Pemakaian ruang sangat efektif dengan penggunaan system ini. Sistem ini ditemukan di banyak pertokoan di Indonesia yang dibangun pada tahun 1960-an.

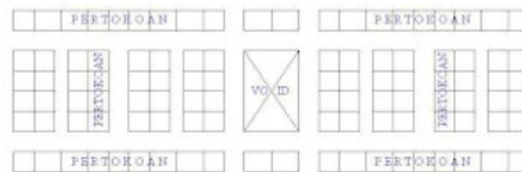


Gambar 2. Sistem Banyak Koridor

Sumber : Sinarwastu, 2016

B. Sistem plaza

Pada system ini, ada ruang-ruang dalam skala besar dimana ruang tersebut adalah pusat kegiatan atau orientasi di ruang tersebut dengan tetap memakai pola koridor demi memaksimalkan potensi ruang. Masing-masing lokasi pertokoan ini juga mulai memiliki sebuah hirarki dimana lokasi yang paling strategis ada di sekitar plaza. Pola mezanin dan vide juga mulai ada di sistem ini.

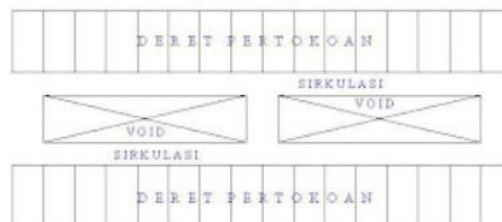


Gambar 3. Sistem Plaza

Sumber : Sinarwastu, 2016

C. Sistem mall

Sistem mall adalah pola yang berkonsentrasi terhadap satu jalur utama, dimana banyak magnet utama pertokoan menghadap kepada jalur tersebut. Selanjutnya menjadikan jalur tersebut sebuah poros besar yang akhirnya menjadi suatu atrium. Jalur tersebut merupakan sirkulasi utama yang menjadi penghubung beberapa magnet utama.



Gambar 4. Sistem Mall

Sumber : Sinarwastu, 2016

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode deskripsi atau dengan penggambaran umum terhadap suatu objek melalui berbagai sumber, kemudian mendapatkan kesimpulan bersifat deskriptif yang didapat dari berbagai sumber.

Lokasi penelitian ini terdapat di Pacific Mall Tegal, Kota Tegal, Provinsi Jawa Tengah. Waktu penelitian dimulai pada bulan Juli 2024 sampai dengan selesai. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data deskriptif yang didapat dari berbagai sumber dan selanjutnya membandingkan dengan hasil observasi di lapangan. Obyek dalam penelitian ini

merupakan ruang mall sedangkan untuk subyeknya adalah keramaian kunjungan pada mall tersebut.

Penelitian ini juga mengamati kunjungan dan pusat kegiatan manusia sebagai pengunjung dalam melakukan kegiatan di mall tersebut. Pengamatan akan alur pergerakan dan pusat kegiatan penunjang tersebut dilakukan pada 14 Juli 2024 pukul 13.00 sampai dengan 16.00 WIB. Pengamatan dilakukan di beberapa titik yang menjadi pusat keramaian dan yang dianggap paling sepi.

Persebaran pengunjung yang didapatkan selanjutnya dijadikan sebuah dasar untuk menilai ruang mana yang menjadi penarik utama terhadap keramaian suatu mall yang nantinya dapat menjadi suatu rekomendasi agar dapat dimaksimalkan dalam penataan ruang khususnya mall.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pacific Mall Tegal terletak di Jalan Kapten Sudibyo No.113C, Kemandungan, Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal, Jawa Tengah. Mall ini pertama kali dibuka di Tahun 2003 dengan mengusung konsep pusat perbelanjaan yang modern. Mall ini beroperasi setiap hari mulai jam 08.00 sampai dengan jam 22.00.



Gambar 5. Pacific Mall Tegal

Sumber : Goggle Earth, 2024

Pacific Mall Tegal terdiri atas 3 lantai dengan 1 titik pertemuan atau ruang publik yang biasa digunakan untuk kegiatan umum. Mall ini juga menyediakan berbagai tenant yang mengisi setiap ruangan di setiap lantai. Dalam penelitian ini, peneliti membagi kategori ruangan seperti yang ditampilkan oleh tabel berikut :

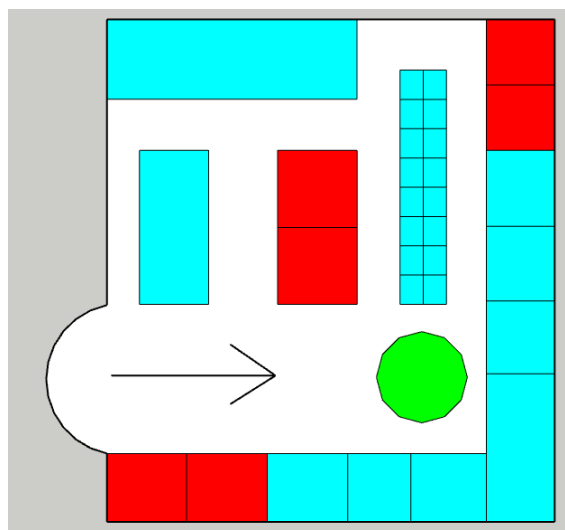
Tabel 1. Kategori Ruangan Tenant

Kategori	Indikator
Makanan dan minuman	Merah
Retail	Biru
Wahana Permainan	Kuning
Ruang Publik	Hijau

Ruangan dibagi menjadi 4 bagian, warna hijau merupakan ruang publik yang berbentuk lingkaran. Ruang ini biasanya tidak diisi oleh tenant dan hanya diisi jika ada event atau acara yang sedang dilaksanakan. Ruang selanjutnya yang diberi tanda warna merah merupakan ruang yang berisi toko-toko penjual makanan dan minuman. Dapat berupa restoran, cafe, maupun hanya berupa minibar. Ruang yang ketiga adalah ruang penjualan retail dan kebutuhan lainnya yang ditandai dengan warna biru. Ruang yang terakhir merupakan wahana permainan yang ditandai dengan warna kuning.

Akses utama untuk memasuki mall ini adalah melalui pintu lobby lantai 1 yang ada di depan. Ketika memasuki lobby, tenant pertama yang peneliti temui adalah JCo. Jco merupakan tenant yang menyediakan makanan dan minuman sekaligus dapat menjadi tempat untuk berkumpul dengan keluarga, rekan kerja, ataupun sahabat. Dapat diambil kesimpulan bahwa JCo merupakan salah satu anchor penarik ataupun tenant utama di mall ini.

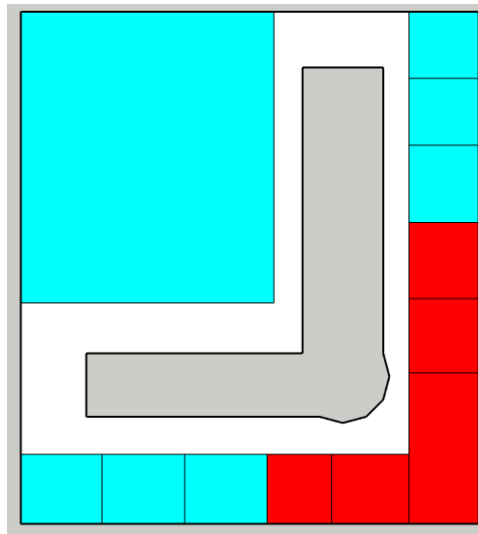
Setelah memasuki lantai 1, di bagian depan sebelah kanan peneliti menemukan tenant yang menyediakan makanan dan minuman. Di sebelah kiri dan lebih masuk ke dalam lagi peneliti menemukan zona retail atau yang diberi warna biru. Di bagian tengah peneliti menemukan restoran dan ruang publik yang pada saat penelitian dipenuhi oleh pengunjung karena sedang ada acara pentas seni. Di bagian ujung dan merupakan akses utama untuk naik ke lantai 2 melalui eskalator, peneliti kembali menemukan area yang menyediakan makanan dan minuman. Berikut tata ruang lantai 1 Pacific Mall Tegal berdasarkan analisa peneliti :



Gambar 6. Denah Lantai 1 Pacific Mall Tegal

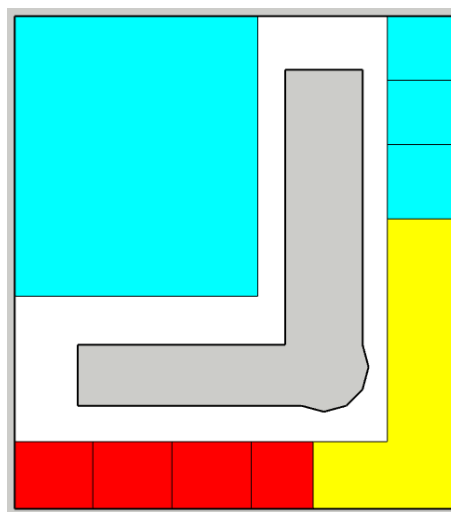
Di lantai 2 hanya tersedia tenant makanan dan minuman serta toko retail. Di mana 30% dari keseluruhan tenant yang ada di lantai ini adalah tenant makanan atau minuman yang

menyediakan space untuk publik. Zonasi dari tenant makanan dan minuman berada di bagian tengah dari lantai 2. Berikut denah lantai 2 berdasarkan analisa peneliti :



Gambar 7. Denah Lantai 2 Pacific Mall Tegal

Pada lantai 3 zonasi ruangan lebih variatif dengan adanya tenant retail, tenant makanan dan minuman, serta tenant wahana permainan. Setelah peneliti naik kelantai 3, zona yang ditemukan pertama kali adalah zona retail, kemudian zona wahana permainan, serta yang terakhir zona makanan dan minuman. Tenant wahana permainan menempati 25% dari lahan di lantai 3, demikian juga dengan tenant makanan dan minuman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 50% dari zonasi di lantai 3 merupakan ruang publik. Berikut denah lantai 3 menurut analisa peneliti :



Gambar 8. Denah Lantai 3 Pacific Mall Tegal

Berikut adalah beberapa daftar tenant dan ruangan yang ada di Pacific Mall Tegal :

Makanan dan minuman

Tenant makanan dan minuman berada di depan, tengah, dan belakang gedung. Hal ini menunjukkan bahwa tenant makanan dan minuman selalu ada di setiap zonasi di lantai ini. Tenant makanan dan minuman di lantai ini juga beragam, ada yang berbentuk café, restaurant, ataupun minibar.



Gambar 9. Tenant Makanan dan Minuman



Gambar 10. Tenant Makanan dan Minuman

Retail

Selain makanan dan minuman, terdapat pula tenant retail di mall ini. Tenant retail yang berada di lantai ini berada di zona depan, tengah, dan belakang. Tenant retail menempati lebih dari 50% dari keberadaan tenant di mall ini.



Gambar 11. Tenant Retail



Gambar 12. Tenant Retail

Wahana permainan

Wahana permainan terletak di lantai 3, bersebrangan dengan retail yang besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa area ini mengakomodir untuk anak-anak yang sedang menunggu orangtua atau keluarganya berbelanja.



Gambar 13. Tenant Wahana Permainan

Ruang publik

Ruang ini berbentuk lingkaran yang sering digunakan sebagai ruang untuk kegiatan umum. Pada saat penelitian ruang ini digunakan untuk kegiatan pentas seni. Adanya kegiatan tersebut menyebabkan banyak pengunjung yang tertarik untuk menonton. Hal itu membuat ruang ini merupakan salah satu ruangan yang paling ramai pengunjung pada saat penelitian.



Gambar 14. Ruang Publik

5. KESIMPULAN

Bangunan mall adalah sebuah produk arsitektur retail yang dapat menjadi sarana berbelanja sekaligus berekreasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mall dapat mengakomodir gaya hidup masyarakat. Eksistensi sebuah mall dapat dilihat dari keramaian pengunjungnya. Pacific Mall Tegal merupakan salah satu mall yang masih eksis di Kota Tegal.

Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa Pacific Mall Tegal sangat memperhatikan kebutuhan ruang publik bagi pengunjungnya. Hal itu terlihat dari tata ruang yang ada, yaitu dengan menciptakan ruang yang memungkinkan pengunjung untuk lebih bersosialisasi seperti restaurant, café, wahana permainan, serta ruang public berbentuk open space. Komposisi dari kumpulan ruang tersebut juga hampir mencapai 50% dari total semua ruangan yang ada di mall ini. Keberadaan ruang publik pada tata ruang sebuah bangunan apalagi bangunan yang mengharapkan keramaian pengunjung sangat diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Syoufa, A. (2014). Pengaruh Pola Sirkulasi Pusat Perbelanjaan Mall Terhadap Pola Penyebaran Pengunjung. *Jurnal Desain Konstruksi*, 13(2), 46–57
- Cisyulia, O. H. S., Anna, R., Hatta, M. A. P., Maulana, R. D., Evan. C. P. (2024). Redesain Pasar Subuh Loa Janan Ulu Penekanan Pada Sirkulasi Ruang. *Jurnal Kreatif : Desain*

- Produk Industri dan Arsitektur*, 12 (1), 2. doi.org/10.46964/jkdpia.v12i1.501
- Subakti. (2014). Universitas kristen Petra. Perancangan Interior Pusat Mitigasi Di Jogja, 27(1989), 6–23.
- Purbandini, R. A. (2011). Konsep Perencanaan dan Perancangan Hotel dan Shopping Mall. Tugas Akhir Arsitektur, 136.
- Beddington, N. (1982). Design for Shopping B Centers. London: Butterworth Scientific.
- Bumi, Lingga. (2007). Teori Bentuk Arsitektur, chapter 2; Petra Christian University
- Mardiyana, E., Wibowo, L. A., & Andarini, R. (2012). Pengaruh Shopping Destination Strategy terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Belanja Mall.
- Lynda, Wee Keng Neo, Tong Kok Wing. (2005). 4 Langkah Penting Dalam Manajemen Pusat Perbelanjaan Asia: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Rubenstein, Harvey M. (1978). *Central City Mall, New York*: A Willey – Interscience Publication
- Mahardika, A. P. (2019). Mal Pelayanan Publik Terpadu Dengan Pendekatan “Transit Oriented Development” Di Semarang. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/20536>
- Nabilah, A., Pribadi, S. B., & Alfia riza, M. A. (2018). Tinjauan Perilaku Pengunjung Terhadap Pola Sirkulasi Masjid Agung Jawa Tengah. Modul, 18(2), 54. <https://doi.org/10.14710/mdl.18.2.2018.54-59>
- Ischak, M., & Walaretina, R. (2019). Design Efforts to Minimalize Visitor Disorientation on New Mall One Kelapa Gading. 17(2), 88–97.
- Pynkyawati, T., Aripin, S., Iliyasa, E. R. I., & Ningsih, L. Y. (2014). Kajian Efisiensi Desain Sirkulasi pada Fungsi Bangunan Mall Dan Hotel BTC. Jurnal Reka Karsa Itenas, 2(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.26760/rekakarsa.v2i1.452>
- Rianto, A. D. (2016). Pusat Perbelanjaan Berkonsep City Walk. <http://id.wikipedia.org/wiki/Mal>,
- Sinarwastu, A. K. E. (2016). Pusat Perbelanjaan Di Surabaya Dengan Pendekatan Arsitektur Hijau. 11–24. Available from: <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/9075/> [Diakses pada: 18 Agustus 2024].
- Putra, A. S. B. (2019). Pusat Perbelanjaan Berbasis Citywalk Di Solo Baru. Unika Soegijapranata Semarang, 94–115. Available from: <http://repository.unika.ac.id/19473/> [Diakses pada: 18 Agustus 2024].

Halaman ini sengaja dikosongkan