

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daerah di aglomerasi Malang Raya yang dapat ditetapkan sebagai pusat pertumbuhan, interaksi antara wilayah potensial sebagai pusat pertumbuhan dengan wilayah sekitarnya dan pengaruh dari adanya pusat pertumbuhan terhadap sektor pariwisata Malang Raya. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang, Kota Malang, dan Kota Batu Tahun 2016 sampai 2021, serta tahun 2001-2022 untuk mendukung regresi. Penelitian ini menggunakan metode *Location Quotient*, *Shift Share*, analisis *scalogram*, model gravitasi, dan regresi data panel dengan *Eviews 11*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Malang Raya, dapat diketahui sektor basis terdiri dari Sektor Konstruksi, Sektor Perdagangan, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor, dan Sektor Jasa Lainnya. Malang Raya terdiri dari tiga kota dan kabupaten yang memiliki 41 kecamatan, terdapat satu kabupaten potensial yang dijadikan sebagai pusat pertumbuhan, yaitu Kabupaten Malang. Dalam analisis panel data menunjukkan bahwa model yang paling terbaik adalah *Common Effect Model*. Uji hipotesis yang dilakukan dihasilkan bahwa *adjusted R²* 48% variasi kunjungan wisata dapat dipengaruhi oleh pdrb, jarak, akomodasi, *growth pole*, dan jumlah restoran. Pada uji F memiliki nilai probabilitas $0,0000 < 0,05$ yang berarti signifikan, dari hasil uji t seluruh variabel berpengaruh signifikan.

Kata kunci: Malang Raya, *Growth Pole*, Permintaan Pariwisata, Model Garvitasi

