

Visual merchandising dalam strategi komunikasi pemasaran departemen store(studi kasus : pt matahari putra prima tbk)

Claudia Yuvita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=101875&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengenalan terhadap karakteristik Visual Merchandising yang terdiri dari display, presentasi produk, tata letak (layout), lighting dan penggunaan material signage. Oleh karena itu nilai tambah yang diperoleh melalui Visual Merchandising diakumulasikan pada masing-masing karakteristik Visual Merchandising untuk mengetahui nilai tambah yang menjadi prioritas konsumen, khususnya target market. Dengan demikian, konsep Visual Merchandising dapat diimplementasikan dengan lebih efektif. Disamping itu, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan keberadaan dan peran Visual Merchandising dalam strategi komunikasi pemasaran pada departemen store khususnya Matahari Department Store.