

Pengaruh store atmosphere terhadap perasaan positif hasil perilaku mencoba produk di tempat = Influence of store atmosphere on the positive feeling resulting from the product trial demonstration behavior

Dondokambey, Johan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20298101&lokasi=lokal>

Abstrak

Mencoba produk di tempat dapat menimbulkan pengalaman dengan produk serta berbagai perasaan dalam benak konsumen. Dalam perkembangan terkini, para pengelola usaha retail, khususnya hypermarket, mulai marak menyediakan sarana bagi konsumennya untuk mencoba produk yang mereka pajang secara langsung dalam lingkungan belanja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pengaruh Store Atmosphere terhadap perilaku konsumen dalam mencoba produk di tempat, perasaan positif yang dihasilkan dari perilaku tersebut, serta pengaruh demografi konsumen terhadap perilaku tersebut. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang berbelanja di hypermarket Carrefour. Penelitian ini menggunakan metode statistika Multiple Regression Analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di antara enam elemen store atmosphere yang diteliti, hanya kebersihan yang berpengaruh terhadap perasaan positif hasil perilaku mencoba produk di tempat.

.....Product trial activity can enrich consumers with product experience and induce certain kinds of feelings. In recent trends, the management in retail outlets, especially hypermarkets, are increasing in their effort to facilitate consumers in trying the product on display directly in the shopping environment. This research aims to identify how do store atmosphere influence the consumer behavior of product trial demonstration, especially toward the positive feeling resulting from such behavior, and also the influence of consumer demographics to the behavior. This research employs statistical method of Multiple Regression Analysis. The research is done using shoppers at Carrefour hypermarket as respondents. The results of this research shows that from six elements of store atmosphere researched, only cleanliness positively influences the positive feelings resulting from product trial demonstration activities.