

Store atmosphere pada expanded convenience store : studi kasus 7-Eleven Kemang & Lawson Kemang = Store atmosphere of expanded convenience store : case studies 7-Eleven Kemang & Lawson Kemang

Kusyono Suryo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331366&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan dan penyebaran Convenience Store di Indonesia akhir-akhir ini, dapat dikatakan sangat pesat. Keadaan ini menuntut para pemilik dari Convenience Store tersebut untuk bersaing dalam hal penyediaan fasilitas, dan penciptaan suasana semenarik mungkin dengan tujuan memikat pengunjung dan pembeli agar lebih memilih untuk datang ke Convenience Store miliknya. Atmosphere (suasana atau nuansa) toko yang mampu memberi daya tarik, perasaan nyaman, menyenangkan, ketika berada di dalam toko merupakan salah satu strategi agar konsumen melakukan transaksi pembelian. Skripsi ini membahas bagaimana Store Atmosphere pada ruang ritel khususnya Convenience Store beserta hal-hal yang berpengaruh terhadap minat kunjungan konsumen dengan mengaitkan teori Store Atmosphere dan kualitas ruang.

.....The development and deployment of Convenience Stores in Indonesia nowadays can be said as very rapid. Such circumstance requires the owners of the Convenience Stores to compete in the provision of facilities, and creating the Store Atmosphere as attractive as possible in order to attract visitors and buyers to select and buy at their Convenience Stores. Store Atmosphere (the feel or nuance) which provide attractiveness, comforts, and pleasure while being in the store is one strategy towards the consumers, to make them purchase. This thesis discusses about Store Atmosphere of the Convenience Store retail space, with the factors that affect the consumer traffics interests, by linking the theories of Store Atmosphere and the Spatial Quality.