

Perubahan pola ruang akibat interactive window display pada pusat perbelanjaan = The change in patterns of space caused by interactive window displays at shopping centers

Wening Nataningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348357&lokasi=lokal>

Abstrak

Window display merupakan bentuk perpanjangan ruang interior toko ke eksterior toko untuk membentuk image brand dan mempromosikan produk. Perkembangan teknologi mempengaruhi kebutuhan konsumen akan sebuah pengalaman berbelanja. Toko berbasis online membuat konsumen tidak lagi membutuhkan tampilan fisik produk. Interactive window display muncul sebagai jawaban atas fenomena tersebut.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses interactive window display mengikat konsumen dalam bentuk interaksi serta pengaruh interaksi tersebut terhadap pola ruang di sekitarnya yang diidentifikasi sebagai performance space. Interactive window display dapat digunakan sebagai strategi pemasaran dari ranah interior apabila dilakukan dengan mempertimbangkan elemen window display dan elemen ruang secara tepat.

.....Window displays are an extension of interior space to exterior store to create image brand and promote products. Technological developments affecting consumer demand for a shopping experience. Online store has made consumers no longer need the physical appearance of a product. Interactive window display appears in response to the phenomenon.

This thesis aims to determine how the process of interactive window display affects consumer in an interaction and the interaction effect on the pattern of the surrounding space which is identified as a performance space. Interactive window display can be used as a marketing strategy from the realm of the interior when it is done by considering interior elements and element window display appropriately.