

Desain toko fisik berdasarkan toko online : studi kasus toko kue M dan P di Jakarta = Physical store design based on online store : case study cake shop M and P in Jakarta

Anindita Rahmadhanisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387201&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis dan usaha yang dimulai dengan basis media digital saat ini lebih mudah dilakukan sehingga membuat toko online semakin marak hadir sebagai alternatif dari toko fisik (physical store). Saat ini banyak toko online yang sukses kemudian membuka toko fisik. Desain dan pengalaman ruang berbelanja menjadi bagian penting dari pembentukan brand image pada konsumen. Sehingga, desain toko fisik yang hadir dari konsep toko online menjadi penting agar brand experience yang diterima di oleh masyarakat dapat koheren. Kemudian muncul pertanyaan, apakah bentuk toko fisik yang hadir dari konsep toko online yang memiliki basis visual dapat memiliki pengalaman ruang berbelanja yang sama dengan toko fisik? Pembahasan tulisan ini dilakukan menggunakan studi literatur dan studi kasus terhadap elemen desain yang membentuk ruang virtual dan ruang nyata. Hasil penelitian ditemukan bahwa koherensi pengalaman ruang yang muncul pada toko fisik dalam studi kasus Toko Kue M dan P tidak hanya terbentuk dari elemen ruang virtual pada toko online, tetapi juga berdasarkan identitas yang dibentuk oleh brand Toko Kue M dan P.

.....

Nowadays, advancement of technology made it easier for starting a business, that makes online store become popular as an alternative from physical store. After the success of their online store, many would open physical brick and mortar store to establish their market.. The design and experience of shopping space becomes an important part of creating brand image on consumers. Thus, the present design of the physical store from online store become an important concept that the brand experience is received in the community can be coherent. Then the question is, whether the form of physical store of the concept of online stores that have a visual base can have the same experience of shopping space with a regular store? Discussion of this paper is using a literature study and a case study of design elements that made the virtual and real space. Findings show, the coherence of space experience that appears at the physical store in case studies Cake Shop M and Cake Shop P are not only formed by elements of the virtual space on the online store, but also based on the brand identity created by Cake Shop M and Cake Shop P.