

Perancangan shopping area atmospheric untuk meningkatkan purchase intention studi kasus: Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta = Designing shopping area atmospheric to increase purchase intention: case study Soekarno-Hatta International Airport

Hutami Nadya Larasati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20429932&lokasi=lokal>

Abstrak

Menanggapi permasalahan kurangnya kapasitas di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta, pemerintah berencana untuk membangun gedung terminal baru yang lebih besar untuk dapat mengangkut penumpang. Namun, untuk merancang suatu gedung terminal yang baik, tidak hanya alur penumpang yang harus dirancang sedemikian rupa agar dapat memproses penumpang seefisien mungkin, tetapi juga bagaimana variabel-variabel atmospheric dapat mempengaruhi pengaruh emosi penumpang serta perilaku berbelanja mereka. Hal ini sangat penting karena emosi yang positif dapat memicu penumpang untuk menghabiskan waktu lebih lama di dalam toko dan membuat keputusan untuk berbelanja.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji preferensi penumpang terhadap atmospheric cues di area berbelanja di bandara dan mengusulkan rancangan sesuai dengan karakteristik desain yang dapat menimbulkan purchase intention. Analisis choice-based conjoint dilakukan terhadap 500 penumpang di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa terdapat korelasi signifikan antara atmospheric cues dan purchase intention di area berbelanja di bandara. Para penumpang lebih menyukai area berbelanja yang memungkinkan mereka untuk melihat keseluruhan isi toko dengan jelas, warna-warna dingin untuk window display, warna-warna dingin untuk lantai, dinding, dan langit-langit, dan pencahayaan dengan intensitas yang tinggi untuk koridor bandara. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kelas sosial ekonomi juga dapat berpengaruh terhadap preferensi penumpang terhadap desain atmospheric di shopping area di bandara.

.....Responding to overcapacity issue at Soekarno-Hatta International Airport, today the government is planning to build larger terminal buildings to transport passengers. However, in designing an excellent terminal building, one should not only consider how to process passengers in the most efficient way, but also how facility-based environmental cues, or atmospheric cues, affect consumers emotional state and shopping behavior. This is important because positive emotional state drives passengers to spend more time in a store and make purchase decision.

This research aims at examining passenger preferences towards atmospheric cues in airport shopping area and proposing a shopping area design in accordance to atmospheric design characteristic that drives consumers purchase intention. Choice-based conjoint was conducted towards 500 passengers at Soekarno-Hatta International Airport.

Research findings indicate that there is significant correlation between atmospheric cues and consumers purchase intention in airport shopping area. Passengers prefer a shopping area with high in-store visibility, cool colors for window display, cool colors for floors, wall, and ceiling, and bright lighting for airport hallway. This research also found that Socio Economic Status (SES) affects passengers preference.