

Suasana jalan perbelanjaan di dalam koridor pusat perbelanjaan untuk merespons pola hidup konsumtif dan keberagaman segmen pasar = Shopping street atmosphere in mall corridor as a response to consumptive lifestyle and market diversification

Pramudya Ridho Pambudi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20454609&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas suasana ruang shopping street atau jalan perbelanjaan outdoor yang dihadirkan di dalam koridor pusat perbelanjaan indoor sebagai strategi untuk merespons gaya hidup. Penelitian yang kami lakukan mencoba untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: 1 kenapa ada pusat perbelanjaan yang menghadirkan suasana jalan perbelanjaan di dalam koridornya? 2 Segmen pasar seperti apa yang ingin direspons oleh pusat perbelanjaan yang menerapkan suasana jalan perbelanjaan ke dalam koridor pusat perbelanjaan? 3 Bagaimana hubungan antara tipe koridor jalan perbelanjaan dengan segmen pengunjung yang disasar? Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan beberapa data dikuantifikasi. Data penelitian menggunakan teknik wawancara pengunjung dan observasi langsung. Temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa suasana jalan perbelanjaan dapat menjadi salah satu alat dari segmentasi pasar dan atribut positioning dari pusat perbelanjaan. Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah suasana jalan perbelanjaan dapat menjadi pertimbangan pengembang untuk mendesain koridor pusat perbelanjaan karena memiliki dampak positif baik bagi pengembang, pengunjung, maupun penyewa gerai toko.

ABSTRACT

This research was conducted to observe the atmosphere of shopping street corridor which specifically presents the real outdoor theme into an indoor corridor. Applying the shopping street atmosphere into the indoor corridor is believed could fulfill the needs and meet the unmet needs as a strategy to respond to a lifestyle. This research set out to answer these 3 following questions: 1 Why there is a shopping center in Jakarta which presents the atmosphere of shopping street in corridor? 2 what kind of market segment would the shopping center respond to by applying the shopping street atmosphere to the shopping center corridor? 3 What is the correlation between the shopping center which presents shopping street corridor and the targeted market segment? This research done by qualitative method and some quantitative data to support the results. Research data obtained by interviewing visitors and direct observation. The main findings of this research is that shopping street atmosphere can be a tool of market segmentation and positioning attribute of shopping center. In conclusion, shopping street atmosphere successfully supports the existence of shopping center that can be a consideration for developers to design shopping center corridor.