

Materialitas arsitektur pada luxury brand store = Materiality architecture in luxury brand store

Ridha Ayu Saraswati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20489434&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Materialitas sebuah material sebagai hasil dari elaborasi berbagai material yang digunakan pada eksterior dan interior dari sebuah luxury brand store merupakan salah satu aspek estetika yang hadir pada luxury brand store. Keberadaan materialitas membantu membentuk atmosfer store, khususnya luxury feelings, yang merupakan tujuan utama setiap luxury brand. Luxury feelings ini memiliki peran yang penting karena saat ini konsumen luxury memiliki keinginan untuk merasakan suatu pengalaman berbelanja (luxury experience) dibandingkan hanya membeli produk luxury brand-nya saja. Skripsi ini mengkaji tentang materialitas sebuah material yang digunakan pada luxury brand store. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui peran materialitas dalam menghadirkan luxury experience bagi konsumen saat berbelanja di sebuah luxury brand store. Metode yang digunakan pada skripsi ini yaitu, observasi langsung dan analisis studi kasus pada salah satu luxury fashion store di Jakarta dengan fokus terhadap penerapan serta perlakuan material yang digunakan pada store, sehingga dapat mengetahui hubungan antara materialitas dengan luxury experience pada sebuah luxury brand store. Dengan harapan, skripsi ini dapat membantu meningkatkan kualitas dalam bidang ritel di Indonesia.

ABSTRACT

The materiality of material-which created from the elaboration of various materials used for the exterior and the interior of a luxury brand store-is one of the aesthetic aspects in a luxury brandstore. It helps to create the stores atmosphere, particularly the luxury feeling, which is the main objective of any luxury brand. This luxury feeling play an important role, because nowadays luxury consumers want to feel the luxury experience rather than only to buy their products when they shop in a luxury brand store. This paper discuss the materiality of material used in a luxury brand store. The aim of this study is to examine the role of materiality in creating a luxury experience for consumers when they shop in a luxury brand store. Through observing and analyzing, also taking a case study on one of luxury fashion store in Jakarta with focus on the material application and treatment are used in order to examine the connection between materiality and luxury experience in a luxury fashion store. So hopefully, it will help to improve the quality of retailing in Indonesia.