

Analisis faktor-faktor yang membentuk entertaining shopping experience : studi kasus Bogor trade mall

Ahmad Baihaqi Basyarah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=88089&lokasi=lokal>

Abstrak

Keberadaan entertaining shopping experience dan dampak positif terhadap pelaku ritel telah banyak dibuktikan sebelumnya. Sebagai tambahan, para pelaku ritel secara berkelanjutan berusaha untuk mencari cara baru untuk menghibur para pelanggannya. Seiring laju pertumbuhan pusat perbelanjaan yang semakin pesat, pengelola pusat belanja dan semua pelaku ritel dituntut untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi para pelanggannya jika ingin mampu bertahan dalam lingkungan persaingan yang ketat. Karena itu, sangatlah penting bagi peritel untuk mengidentifikasi dan memahami pasar yang dituju dan faktor-faktor yang mempengaruhi entertaining shopping experience tersebut apabila mereka ingin menciptakan pengalaman yang menyenangkan pengunjungnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor utama yang membentuk enteriaining shopping experience. Faktor-faktor tersebut adalah retailer factors, consumer factors dan transport mode/ travel factors. Penelitian ini dilakukan di sebuah mal di daerah Bogor dengan metode penentuan sample adalah non-probability sampling dan teknik pengumpulan data menggunakan convenience sampling. Dari hasil penelitian dan analisis ditemukan bahwa retailer, customer dan transport mode/ travel factors secara positif dapat mempengaruhi entertaining shopping experience. Penelitian ini juga menemukan beberapa indikator dari shopping center yang diduga dapat mempengaruhi entertaining shopping experience, ternyata kurang mendapat apresiasi dari responden. Pada lain pihak, beberapa indikator yang kurang mendapat perhatian dari pelaku ritel ternyata cukup mendapatkan apresiasi dari para responden.

<hr><i>The existence of entertaining shopping experience and it?s positive eject to retailer has been previously investigated. In addition, many retailer are continually seeking new way to entertain theirs customers. With rapid development of shopping centres, mall's management and retailers forced to create entertaining experience for theirs customer if they want to survive in competitive environment. It's important to retailer to identified and understand theirs market and factors that influence entertaining shopping experience I they want to create entertaining experience for their customers.

The purpose of this research is to analyze the major factors that construct entertaining shopping experience. Those factors are retailer factors, consumer factors, and transport mode/ travel factors. A shopping mall in Bogar has been used as an object in this research and (this research) is using non-probability sampling methods and data are collected using convenience sampling technique. The field result concluded that together retailer, customer and transport mode/ travel factor positively influenced entertaining shopping experience. The research also found that a certain shopping centre's indicator that presumed have an influence to entertaining shopping experience in fact didn't have much appreciation from the respondent. In the other hand some indicators which didn't have much attention from retailer get sufficient appreciation from the respondent.</i>