

ABSTRAK

Nama : Putranti Yoslandari
Program Studi : Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Citra terhadap Kunjungan Konsumen ke Pusat Perbelanjaan: Peranan dari Emosi Terantisipasi Positif, Keinginan, dan Niat sebagai Variabel Intervensi (Studi Kasus: Mal Senayan City)

Tesis ini menganalisis pengaruh citra pusat perbelanjaan terhadap kunjungan konsumen dengan peranan variabel-variabel intervensi, yaitu emosi terantisipasi positif, keinginan, dan niat, khususnya pada Mal Senayan City. Persaingan bisnis ritel yang semakin ketat ikut mempengaruhi kompetisi antar pusat perbelanjaan sebagai faktor lokasi ritel. Pusat perbelanjaan harus menerapkan strategi yang tepat untuk menarik lebih banyak pengunjung dan memenangkan persaingan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian menyarankan pendekatan emosional dalam strategi pemasaran dan komunikasi sehingga dapat mempengaruhi kunjungan konsumen ke Senayan City.

Kata kunci: citra pusat perbelanjaan, emosi terantisipasi positif, keinginan, niat, dan kunjungan konsumen ke pusat perbelanjaan

ABSTRACT

Name : Putranti Yoslandari
Study Program : Management
Title : Analysis of Shopping Centre Image's Effect toward Consumers Visit to Shopping Centre: The Role of Positive Anticipated Emotion, Desire, and Intention as Intervening Variables (Case Study: Senayan City Mall)

The focus of this study is analyzing effect of shopping centre image toward consumers visit to shopping centre with role of positive anticipated emotion, desire, and intention as intervening variables, especially toward Senayan City Mall. The competition between shopping centers has increased as retail business does, because its function as location for retail bussiness. Shopping centers should implement right strategy to attract more visitors and win competition. This research is based on quantitative descriptive interpretive. The researcher suggests emotional appeal in marketing and communication strategies in order to influence consumer visiting Senayan City.

Key words: shopping center image, positive anticipated emotion, desire, intention, and consumers visit to shopping centre