

Representasi identitas brand pada ruang interior dan pengaruhnya terhadap konsumen = Representation of brand identity through interior and its influences to consumers / Cyndi Adissa Lianita

Cyndi Adissa Lianita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20411832&lokasi=lokal>

---

Abstrak

[Fenomena pembentukan identitas brand melalui ruang interior ritel telah terjadi sejak dulu dengan tujuan memperkenalkan diri kepada konsumen. Ritel yang merupakan tempat bertemunya brand dengan konsumen menjadi media untuk menyampaikan identitas, pesan dan nilai yang dimiliki oleh brand tersebut. Berdasarkan isu tersebut, cara merepresentasikan identitas brand ke dalam ritel dan pengaruhnya terhadap konsumen menjadi dasar pertanyaan dalam kajian ini. Untuk dapat menjawab pertanyaan tersebut, dilakukan pembahasan melalui studi literatur dan studi kasus mengenai elemen interior dalam ritel. Hasil yang didapatkan dari kajian ini adalah adanya perbedaan arti dan nilai pada tiap elemen interior yang digunakan dalam ritel sesuai dengan identitas yang dimiliki oleh suatu brand. , It is a fact that the formation of brand identity through interior space has become a vital part in order to attract consumers widely. Retail space is a meeting place between brand and consumers, thus it become a means to convey identity, message, and value of a brand. Based on these issues, the means to convey brand identity to retail space and its influences to consumers will be the main issue of this paper. To discover these issues, study of literature and case studies about interior elements in retail space will be conducted. Results obtained from this paper is the difference in meaning and value for each element used in retail space in accordance with the identity of a brand.]