

Aroma dalam ruang ritel = Scent in retail space

Grace Natasya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456669&lokasi=lokal>

Abstrak

Aroma merupakan salah satu substansi ruang yang selalu dirasakan oleh manusia, namun kehadirannya dalam ruang yang dirancang tidak selalu dimanfaatkan dengan baik. Skripsi ini membahas peran dan pengaruh aroma di dalam ruang, khususnya ruang ritel. Aroma diyakini memiliki peran dalam memberikan karakter terhadap sebuah ruang, dan dapat dijadikan sebagai alat penentu ambang dan dimensi ruang, serta mampu menjadi sensasi yang memicu perilaku dan gerak tertentu manusia. Dalam ruang ritel, hadirnya aroma dapat memberikan identitas terhadap merek tertentu, membuat merek tersebut lebih mudah dikenali. Aroma juga mengekspansi ruang secara tidak kasat mata dan mampu menggugah perasaan manusia terhadap ruang yang dialaminya. Perasaan-perasaan yang timbul lalu memicu gerak dan perilaku beli yang bersifat reflek dan impulsif.

.....

Scent is one of many space substances that is always experienced by humans, but its presence in a designed space is not always put to a good use. This thesis discussed how far the presence of scents can enrich someone's experience in retail spaces. Scent is believed to have a role in providing character to a space. It can be used as a determinant of threshold and dimension of a space, and capable to triggers certain human behavior and motion. In retail spaces, the presence of fragrance can provide identity to a particular brand, making it easier to remembered. It has the ability to expand spaces in intangible way and able to arouse human certain feelings to the space experienced. Later these feelings that arise through experiencing spaces can trigger movements and buying behavior that is impulsive.