

Display dalam perjalanan belanja bersama keluarga = Display and family shopping experience

Noor Fajrina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20308337&lokasi=lokal>

Abstrak

Ruang belanja terbentuk oleh display dan perilaku belanja. Display sebagai bagian dari arsitektur ritel merupakan sarana yang menghubungkan antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini display bukan hanya berupa produk yang ditata dan diperlihatkan dalam ruang belanja namun sebagai satu kesatuan ruang yang membentuk fungsi tersendiri. Display dialami melalui perjalanan belanja. Perjalanan belanja akan menjadi berbeda apabila dilakukan dalam keluarga secara bersama karena setiap anggota keluarga yaitu, anak, ibu, dan ayah memiliki variasi dalam perilaku belanja. Hal yang menjadi pembahasan di sini adalah apabila kegiatan belanja dilakukan oleh keluarga secara bersama serta hubungannya dengan display pada ruang belanja dalam mewadahi kegiatan tersebut. Dalam melihat bagaimana display dialami oleh anggota keluarga, dilakukan pengamatan terhadap perjalanan belanja keluarga secara keseluruhan dan pengamatan terhadap display sebagai sarana interaksi yang dialami dalam belanja bersama. Hasil yang didapat adalah berupa gambaran mengenai gagasan ruang belanja keluarga yang dapat mewadahi kegiatan belanja keluarga secara bersama.

<hr>

Shopping space is formed by display and shopping behavior. Display as a part of retail architecture is a means of connecting sellers and buyers. In this case, the display is not just a product that is organized and displayed in shopping space but as a unity of space that creates particular function. Display is experienced through a shopping journey. Shopping journey would be different when it is performed together by a family together because each member of the family have variations in their shopping behavior. This study discusses how shopping activities are performed together by a family and its relationship with the display in shopping space where these activities happen. In looking at how the display is experienced by family members, the methods are through observations on a family shopping journey as a whole and observations on the display as a means of interaction that might occur during shopping activities. The study results are the description of the idea of family shopping space that can accommodate a family shopping experience.