

PENGARUH ELEMEN *GENERAL INTERIOR* TERHADAP *SHOPPING BEHAVIOR* PADA RITEL *FASHION* WANITA

Atika Khalda Ramadhani Purba¹ dan Rinawati Pudji Handajani²

¹*Mahasiswa Program Sarjana Arsitektur, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya*

²*Dosen Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya
Alamat Email Penulis: atikakhalda@gmail.com*

ABSTRAK

Adanya tuntutan akan tren *fashion* yang terus berkembang tiap saat khususnya dalam *fashion* wanita menyebabkan peningkatan jumlah ritel *fashion* di berbagai Kota di Indonesia termasuk Kota Malang. Hal tersebut menyebabkan persaingan pasar bisnis ritel yang semakin ketat. Diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat agar para retailer dapat mempertahankan posisi mereka dalam persaingan pasar dimana salah satunya dilakukan dengan aplikasi *store atmosphere*. Dari beberapa elemen *store atmosphere*, elemen *general interior* merupakan salah satu elemen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *shopping behavior*. *Shopping behavior* itu sendiri dapat menghasilkan perilaku pendekatan (*approach*) dimana perilaku pendekatan dapat menghasilkan *shopping behavior* positif yang dapat memberikan keuntungan pada retailer. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi pengaruh elemen *general interior* terhadap *shopping behavior*. Metode yang digunakan ialah deskriptif-kuantitatif. Penelitian dilakukan pada tiga ritel berbeda dengan jumlah total responden 90 dengan 30 responden pada masing-masing ritel. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh elemen *general interior* secara simultan terhadap *shopping behavior* dan besar pengaruh elemen *general interior* tersebut dapat berbeda-beda pada setiap ritel tergantung dengan kondisi eksistingnya.

Kata kunci: *store atmosphere, general interior, shopping behavior*

ABSTRACT

The demand for fashion trends that continue to develop especially in women's fashion has led to an increase in the number of fashion retailers in various cities in Indonesia, including Malang. This has led to increasingly fierce competition in the retail business market. The right marketing strategy is needed so that retailers can maintain their position in the business. One of the strategy is store atmosphere applications. Out of all store atmosphere elements, general interior is one of the elements that has a significant influence on shopping behavior. Shopping behavior itself can produce an approach behavior which can produce positive shopping behavior that can provide benefits to retailers in term of sales. This research was conducted to explore the effect of general interior elements on shopping behavior. The method used is descriptive-quantitative. The study was conducted on three different retailers with 30 respondents from each retail. The results showed that there was an effect of the general interior elements simultaneously on shopping behavior and the magnitude of the influence of the general interior elements could vary in each retail depending on the existing conditions.

Keywords: store atmosphere, general interior, shopping behavior