

ABSTRAK

Toyota masih menjadi merk mobil terlaris di Indonesia sepanjang Januari – Desember 2017, hal ini berlandaskan adanya loyalitas konsumen terhadap brand Toyota. Menurut Supriyatmini (2005:4) Loyalitas merupakan kesetiaan konsumen terhadap penyediaan jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Faktor pemicu loyalitas konsumen loyalitas konsumen pada brand Toyota dipengaruhi oleh inovasi pada produk, proses pembedaan tipe pada setiap produk, dan layanan sebelum (*before sales service*) hingga layanan purna jual (*after sales service*). Untuk menjaga eksistensi dan loyalitas konsumen, TAM (Toyota Astra Motor, 2015) berkomitmen untuk meningkatkan dan menguatkan *image* Toyota melalui pelayanan fasilitas dan sarana fasilitas seperti showroom yang interaktif, ruang tunggu yang nyaman, dan fasilitas sesuai standar.

Pada kondisi eksisting showroom Tunas Toyota belum dapat meningkatkan *image* Toyota dan menjaga loyalitas konsumen, dikarenakan masih ditemukan kendala seperti, organisasi ruang yang belum efektif, desain showroom belum dapat menguatkan *image* Toyota, dan belum tersedianya fasilitas sesuai standar. Untuk meningkatkan *image* Toyota dan menjaga loyalitas konsumen, maka diperlukan perancangan ulang pada showroom Tunas Toyota.

Metode perancangan ulang yang digunakan yaitu meliputi tahapan analisis dan sintesis yang pada akhirnya menghasilkan sebuah hasil akhir desain interior. Tugas Akhir ini menghasilkan berupa gagasan inovasi desain interior showroom mobil Tunas Toyota yang sesuai dengan standar serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen melalui sarana fasilitas yang sesuai perkembangan jaman.

Jadi hasil akhir dari Tugas Akhir ini berupa perancangan ulang showroom mobil Tunas Toyota yang dapat meningkatkan *image* Toyota melalui sarana fasilitas dan menjaga loyalitas konsumen Toyota.

Kata Kunci : Perancangan Ulang, Interior, Showroom mobil Tunas Toyota, *image* Toyota, Loyalitas konsumen, Organisasi ruang.