

**STRATEGI DESAIN INTERIOR RITEL UNTUK BUTIK HASAN BATIK
BANDUNG DENGAN PENDEKATAN *CUSTOMER EXPERIENCE***

***RETAIL INTERIOR DESIGN STRATEGY FOR HASAN BATIK BOUTIQUE
BANDUNG WITH CUSTOMER EXPERIENCE APPROACH***

Kenanga Maharani Aznel

Magister Desain Fakultas Industri Kreatif – Universitas Telkom

bungaaznelkma@student.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan industri batik di Indonesia menuntut pengusaha ritel batik untuk terus berinovasi disegala aspek, termasuk aspek interior ritel. Sebagai pelaku usaha ritel batik, Hasan Batik Bandung sebagai pelopor batik kontemporer khas kota Bandung, haruslah memberikan pengalaman berbelanja batik yang positif terhadap pelanggan yang mendatangi butik. Namun, kondisi desain interior butik saat ini terkesan seadanya, yang menyebabkan semakin berkurang pelanggan yang datang ke butik. Penelitian ini menggunakan pendekatan desain, melalui pengumpulan dan pemahaman data yang bersumber dari hasil wawancara, kuesioner dan studi literatur serta observasi dan dokumentasi terhadap desain interior ritel yang berupa butik batik. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa desain interior ritel batik yang memberikan pengalaman berbelanja yang positif, berbanding lurus dengan perilaku konsumen terhadap keinginan untuk datang dan mengunjungi kembali ritel. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, memahami dan menghasilkan strategi desain interior ritel yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan yang datang ke butik.

Kata kunci: Desain Interior Ritel, Hasan Batik Bandung, pengalaman pelanggan.