

## ABSTRAK

### **Kajian Desain *Store Atmosphere Brand Fashion Batik Modern***

#### **(Studi Kasus : Dama Kara)**

Adhiestyaputri Kintari

Pascasarjana Desain, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

kintadhiestyaputri@student.telkomuniversity.ac.id

Tren belanja online mempengaruhi industri bisnis ritel konvensional salah satu *brand fashion* batik modern yaitu Dama Kara, karena kemudahan belanja dan harga penjualan yang dianggap lebih murah. Selain itu banyaknya pilihan toko ritel dengan jenis produk yang serupa juga menyebabkan pemilik bisnis ritel konvensional kesulitan untuk menarik konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen. Pemilik bisnis berharap dengan hadirnya toko *offline* Dama Kara, konsumen potensial dapat melihat dan merasakan secara langsung produk Dama Kara sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Industri ritel dituntut untuk berinovasi dalam memberikan kebaruan serta pengalaman lebih saat konsumen berbelanja di toko. Pemilik bisnis berupaya memberikan suasana atau *store atmosphere* yang nyaman bagi pengunjung. Namun, berdasarkan hasil observasi dan analisis toko Dama Kara belum optimal menerapkan beberapa elemen *store atmosphere* yang menjadi elemen utama untuk menarik konsumen datang ke toko. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan, untuk mengkaji elemen *store atmosphere* toko batik Dama Kara yang perlu ditingkatkan sebagai upaya meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen hingga tercipta loyalitas konsumen. Penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, sehingga topik dan kasus dibahas secara rinci dan mendalam. Hasil penelitian ini menghasilkan rekomendasi elemen *store atmosphere* untuk toko *offline* Dama Kara

**Kata Kunci:** *Store Atmosphere*, Toko Ritel Batik, Dama Kara