



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO



IDEKO

STUDI *BRAND IMAGE* PENATAAN INTERIOR IDEKO GRAND CITY SURABAYA

TUGAS AKHIR (DI 4999)

HADI SUWARNO - 41408016

LATAR BELAKANG MASALAH

- Merek menjadi senjata andalan untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat
- Merek merupakan salah satu pertimbangan dalam membeli suatu barang / jasa
- Desain interior telah berkembang menjadi sebuah *lifestyle* bagi masyarakat
- IDEKO merupakan retail *home furnishing* yang sarat dengan *lifestyle*
- IDEKO memiliki visi untuk menjadi salah satu perusahaan *home furnishing* terbaik dalam skala internasional

RUMUSAN MASALAH

- Bagaimana aplikasi *brand image* pada penataan interior IDEKO Grand City Surabaya?
- Apa saja unsur *brand image* yang mempengaruhi penataan interior IDEKO Grand City Surabaya?

TUJUAN PENELITIAN

- Mengetahui bagaimana aplikasi *brand image* dalam penataan interior IDEKO Grand City Surabaya
- Mengetahui unsur – unsur *brand image* yang mempengaruhi penataan interior IDEKO Grand City Surabaya

MANFAAT PENELITIAN

- Masyarakat dapat mengetahui bagaimana aplikasi *brand image* dalam penataan interior IDEKO Grand City Surabaya
- Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis ataupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya
- IDEKO akan lebih mudah dalam melakukan kontrol desain untuk retail – retail berikutnya, karena telah mengetahui bagaimana penerapan *brand image* pada desain retail ini (IDEKO Grand City Surabaya)

BATASAN PENELITIAN

- Subyek penelitian : IDEKO Grand City Surabaya
- Obyek penelitian : Penataan interior IDEKO Grand City Surabaya

METODE PENELITIAN

- Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang
- Metode pengumpulam data : Studi literatur atau kepustakaan, Wawancara langsung dan observasi langsung ke obyek
- Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah mencari literatur yang relevan dengan topik pembahasan dan dapat mendukung penelitian ini - melakukan wawancara dengan narasumber yang telah ahli di bidangnya dan dapat memberikan informasi, pengetahuan, maupun masukan bagi penelitian ini - analisis data - memberikan kesimpulan dari setiap analisis data - kesimpulan akhir

TINJAUAN DATA

IDEKO

Sumber: <http://www.keziakarin.com/wp-content/uploads/testimonials/logo-ideko.png>

ANALISIS DATA



IDEKO













IDEKO

KESIMPULAN

- Aplikasi *brand image* dalam desain interior IDEKO Grand City Surabaya terlihat pada elemen interior, penataan dan penyajian produk, serta desain *signage merchandise*-nya
- Desain berfokus pada area depan dan tengah. Desain pada area belakang sampai kurang diperhatikan
- Penerapan *brand image* kedalam desain retailnya, menunjukkan bahwa IDEKO serius dalam mendesain setiap retailnya dan memiliki profesionalisme dalam mewujudkan visi perusahaan

THANK YOU

DAFTAR REFERENSI

- Ching, Francis DK. *Interior Design Illustrated*. New York: Van Nostrand Reinhold Company Inc. 1996.
- Din, Rasshied. *New Retail*. London, UK: Conran Octopus Limited. 2000.
- Dunne, Patrick M and Robert F. Lusch. *Retailing, Fifth Edition*. Mason, USA: South Western, part of the Thomson Corporation. 2005.
- Fitch, Rodney and Lance Knobel. *Retail Design*. New York: Whitney Library of Design, an imprint of Watson-Guptill Publications. 1990.
- Hidjaz, Taufan. *Terbentuknya Citra Dalam Konteks Suasana Ruang*. Jurnal Dimensi Interior, 2(1), 51 – 65. 2004.
- Kliment, Stephen A. *Building Type Basics for Retail and Mixed-Use Facilities*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. 2004.
- Knapp, Duanne E. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: ANDI. 2000.
- Kottler, Phillip dan Sweet Hoong Ang, et.all. *Manajemen Persfektif Asia. Buku 1*. Canada: Prentice Hall International. 2002.
- Mangunwijaya, YB. *Wastu Citra*. Jakarta: PT Gramedia. 1988.
- Mason, Joseph B., Morris L. Mayer, and J.B. Wilkinson. *Modern Retailing : Theory and Practice, Sixth Edition*. Boston, USA: Richard D. Irwin Inc. 1993.
- Mun, David. *Shops, A Manual of Planning and Design*. London: The Architectural Press Ltd. 1981.
- Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*. Jakarta. 1988.

- O'Guinn, Thomas C., Chris T. Allen, and Richard J. Semenik. *Advertising & Integrated Brand Promotion*. Mason, USA: South Western Cengage Learning. 2009.
- Piotrowski, Christine and Elizabeth Rogers. *Designing Commercial Interiors, Second Edition*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. 2007.
- Rupp, William and Arnold Friedmann. *Construction Materials for Interior Design*. New York, USA: Whitney Library of Design. 1989.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Nirmana*. Yogyakarta: Jalasutra. 2009.
- Surakhmad, Winaryo. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik*. Bandung: Tarsito. 1980.
- Thewinner_life. *Hubungan Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Palembang)*. 20 April 2008. 19 Desember 2011. <<http://thewinnerlife.blogspot.com>>.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI. 2005.
- Turner, Janet. *Designing with Light : Retail Spaces*. Sussex, UK: Roto Vision SA. 1998.
- Widyartanti, Johanna E. *Colour Harmonies*. Jakarta: PT Gramedia. 2010.