

ABSTRAK

Shannon Lucky (01024170020)

INTERIOR DESIGN FASHION RETAIL FOR CONSUMPTIVE GENERATION Z IN SOUTH JAKARTA

(viv + 141 halaman: 66 gambar; 4 tabel; 1 tabel)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsumen generasi Z di toko Jakarta Selatan berdasarkan perilaku konsumtifnya, yang kembali dipengaruhi baik secara sadar maupun tidak sadar oleh desain interior retail. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian sosial, metode penelitian kualitatif sering digunakan, salah satunya hadir dalam situasi sosial yang diteliti. Penulis memperkaya data dengan menggunakan hasil survei dari konsumen di situs yang ada dan isu terkini untuk belajar, mengamati, mencatat, dan membentuk relasi dengan subyek. Tujuan dari wawancara penelitian adalah untuk mempelajari tentang perspektif, persepsi, sikap, dan / atau motif masyarakat tentang topik tertentu. Wawancara dan pendekatan kualitatif lainnya dianggap memiliki interpretasi yang "lebih dalam" terhadap fenomena sosial. Proyek ini adalah untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang benar-benar baru bagi konsumen, terutama Generasi Z, untuk mencoba melihat melampaui estetika saat berbelanja namun juga dapat membuat seseorang lebih sadar etis dalam membeli setelah diperkenalkan dengan gaya hidup baru untuk ikut serta. memperbaiki lingkungan kita melalui mode yang berkelanjutan, pembelian yang beretika dan sadar.

Referensi : 57 (2000-2021).

Kata Kunci : generasi Z, konsumtif, sustainable fesyen, *ethical and conscious purchasing*, pameran-ritel, desain interior, pembayaran digital

ABSTRACT

Shannon Lucky (01024170020)

INTERIOR DESIGN FASHION RETAIL FOR CONSUMPTIVE GENERATION Z IN SOUTH JAKARTA (xi + 141 pages: 66 figures; 4 diagrams; 1 table)

The aim of the research is to understand how consumers generation Z in south Jakarta shop based on their consumptive behavior, which again is influenced both consciously and unconsciously by retail interior design. This research applies a qualitative approach. In social research, qualitative research methods are often used, one of which is being present in the social situation under investigation. The author enriches data by using survey results from consumers at existing sites and current issues to learn, observe, take notes, and form relationships with subjects. The aim of a research interview is to learn about people's perspectives, perceptions, attitudes, and/or motives on specific topics. Interviews and other qualitative approaches are thought to have a "deeper" interpretation of social phenomena. This project is to create a whole new shopping experience for consumers, especially Generation Z, to try to look beyond its aesthetic while shopping yet also be able to make an individual more ethically conscious in purchasing after being introduced to a new lifestyle to take part in improving our environment through sustainable fashion, ethical and conscious purchasing.

References: 57 (2000-2021)

Keywords: generation Z, consumptive behavior, sustainable fashion, ethical and conscious purchasing, exhibition-retail, interior design, digital payment.