ABSTRAK

Ivan Khilwan, "Analisis Penilaian konsumen Terhadap *Store Atmosphere* Pada Clothing Arena Experince Bandung". Dibawah bimbingan Dra. Rahma Wahdiniwaty, M. Si.

Seiring dengan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja yaitu karena kegiatan tersebut sudah tidak hanya dianggap sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang-barang keperluan saja, akan tetapi kegiatan belanja saat ini lebih cenderung dianggap sebagi kegiatan dalam mengisi waktu luang, rekreasi, hiburan, atau pelepas stres saja. Untuk itulah setiap pelaku usaha diharapkan mampu mencari tahu kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan dari bisnis eceran inipun telah berubah fungsinya, yaitu tidak lagi sekedar menjual produknya saja, akan tetapi berusaha menciptakan sebuah suasana pembelian yang nyaman sehingga konsumen dapat menikmatinya dan merasa betah saat berada didalam toko dan diharapkan suasana (*atmosphere*) di toko tersebut mampu mempengaruhi pikiran konsumen untuk berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan penataan *atmosphere* Clothing Arena Experince Bandung dan untuk mengetahui tanggapan responden tehadap pelaksanaan Penataan *atmosphere* Clothing Arena Experince Bandung.

Metode yang digunakan dalam menyusun Tugas Akhir ini menggunakan metode deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan keadaan perusahaan yang sebenarnya, khususnya mengenai aspek–aspek yang diteliti, dimana data yang diperoleh dikumpulkan, disusun, dan diuraikan kemudian dianalisis untuk mengambil keputusan.

Dari hasil analisis dan tanggapan responden yang disebarkan mengenai *atmosphere* Clothing Arena Experince Bandung diperoleh skor 71,50 %. Hal ini menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap *atmosphere* Clothing Arena Experince Bandung dinilai baik.

Kata kunci : Suasana toko (*Store Atmosphere)*