

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Perkembangan industri pusat perbelanjaan dan hiburan sedang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut dikarenakan pusat perbelanjaan dan hiburan yang akrab disebut dengan mall sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan yang modern. Momentum dan situasi seperti ini dimanfaatkan oleh pihak pengembang grup Alam Sutera untuk membangun dan mengembangkan mall @ alam sutera dengan harapan agar dapat memperluas bisnis unit yang baru di bidang pusat perbelanjaan.

Pada awal tahun 2014, setelah beroperasi selama lebih dari setahun, semenjak di resmikan pada Desember 2012, jumlah trafik pengunjung mall @ alam sutera berada di bawah jumlah pengunjung yang diharapkan. Setelah melakukan analisis kualitatif dan kuantitatif, ditemukan akar permasalahan dari rendahnya trafik kunjungan pada mall @ alam sutera disebabkan oleh kecilnya keinginan pengunjung yang telah ataupun pernah mengunjungi mall @ alam sutera untuk mengunjungi kembali mall tersebut.

Berdasarkan analisis kualitatif dan kuantitatif yang telah dilakukan, penulis mengajukan untuk memperkuat citra kepribadian mall @ alam sutera yang berbasis pada keunggulan utama yang dimiliki oleh mall @ alam sutera, yang diharapkan agar ke depannya pengunjung dapat merasakan perbedaan mendasar dari mall @ alam sutera jika dibandingkan dengan mall sekelas yang menjadi kompetitor di sekitar wilayah Tangerang. Hal tersebut dilakukan demi tercapainya peningkatan keinginan pengunjung untuk mengunjungi kembali mall @ alam sutera.

## EXECUTIVE SUMMARY

Development of shopping center and entertainment industry is on undergoing to improvement. These caused by shopping center and entertainment that usually mention as mall is part of urban modern society's life style. This momentum and situation could be used by Alam Sutera development group for build and develop mall @ alam sutera to fulfillment hope of Alam Sutera development group for widen their new business unit in shopping center.

In beginning 2014, there was operation for one year, since grand opening in December 2012. Amount of visitor traffic that visit mall @ alam sutera under the expectation. After conducting qualitative and quantitative analysis, the root cause of the low in visitor traffic in mall @ alam sutera caused by the low of rate of intention to revisit for person who have ever visit mall @ alam sutera.

Based on qualitative and quantitative analysis, the author propose to strengthen the image of mall personality of mall @ alam sutera based on core advantage that mall @ alam sutera have, that expected visitor can feel the differentiation of mall @ alam sutera when compared it with another competitor mall around tangerang. The benefits of this development is expected to increase the rate of intention to revisit mall @ alam sutera.