



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang	3
1.1.1. Perubahan Perilaku Belanja Masyarakat	3
1.1.2. Sejarah dan Perkembangan Phygital Store	4
1.2. Permasalahan Desain	6
1.2.1. Permasalahan Umum	6
1.2.2. Permasalahan Khusus	6
1.3. Tujuan dan Sasaran	7
1.3.1. Tujuan	7
1.3.2. Sasaran	7
1.4. Lingkup Pembahasan	8
1.4.1. Non Arsitektural	8
1.4.2. Arsitektural	8
1.5. Metode Pembahasan	8
1.5.1. Data Literatur	8
1.5.2. Data Lapangan	9
1.5.3. Analisis Data	9
1.5.4. Penyusunan Konsep	9
1.6. Sistematika Penulisan	9



1.7.	Keaslian Penulisan.....	10
1.8.	Kerangka Berpikir.....	11
BAB II TINJAUAN TEORI.....		13
2.1.	Analisis Perilaku Belanja	13
2.1.1.	Perilaku Belanja di Toko Pasca Pandemi	13
2.1.2.	Perilaku Belanja di Toko Pasca Pandemi.....	13
2.1.3.	Perilaku Manusia di Era Belanja Digital.....	15
2.2.	Definisi Phygital Store	17
2.3.	Analisis Target Pengunjung Menggunakan Metode VALS	18
2.4.	Studi Preseden.....	19
2.4.1.	HEMA Alibaba	19
2.4.2.	Modivo Phygital Store	21
2.4.3.	The Burj Khalifa, Dubai	23
2.5.	Store Atmosphere	24
2.5.1.	Definisi Store Atmosphere	24
2.5.2.	Faktor yang Mempengaruhi Store Atmosphere	24
2.5.3.	Elemen-elemen Store Atmosphere	25
2.6.	Kajian Arsitektur Kontemporer	28
2.6.1.	Definisi Arsitektur Kontemporer	28
2.6.2.	Perkembangan Karya Arsitektur Kontemporer	29
2.6.3.	Karakteristik Arsitektur Kontemporer	30
BAB III TINJAUAN DAN ANALISA TAPAK		34
3.1.	Pendekatan Pemilihan Lokasi	34
3.2.	Tinjauan Kawasan Jabodetabek	35
3.3.	Potensi <i>Phygital Store</i> di Jabodetabek	35
3.4.	Central Business District.....	36
3.4.1.	Central Business District di Jabodetabek.....	36
3.5.	Faktor-faktor Pemilihan Lokasi Usaha	41
3.6.	Pemilihan Tapak	42
3.6.1.	Alternatif Tapak.....	42
3.6.2.	Komparasi Nilai Kualitas Tapak.....	44



3.6.3	Regulasi Tapak.....	46
BAB IV	ANALISIS PERANCANGAN.....	48
4.1.	Analisis Makro	48
4.1.1.	Analisis Tapak Terpilih.....	48
4.1.2.	Kondisi Tapak	48
4.1.3.	Sirkulasi dan Pencapaian Tapak.....	49
4.1.4.	Fungsi Bangunan di Sekitar Tapak	52
4.1.5.	Analisis Kebisingan	52
4.2.	Analisis Meso.....	52
4.2.1.	Sistem Pencapaian Terhadap Tapak	52
4.2.2.	Orientasi Bangunan dan Tata Massa	57
4.2.3.	Bentuk Bangunan	61
4.3.	Analisis Mikro.....	62
4.3.1.	Phygital Store	62
4.3.2.	Store Atmosphere	64
4.3.3.	Kegiatan dan Kebutuhan Ruang.....	67
4.3.4.	Organisasi dan Hubungan Ruang.....	68
4.3.5.	Kebutuhan Ruang.....	72
4.4.	Pendekatan Arsitektur Kontemporer.....	74
BAB V	KONSEP PERANCANGAN.....	77
5.1.	Konsep Makro.....	77
5.1.1.	Phygital Store sebagai Akselerator Bisnis.....	77
5.1.2.	Phygital Store sebagai Solusi untuk Efisiensi Proses Belanja	
	78	
5.2.	Konsep Meso	79
5.2.1.	Traffic Jam as Sales Booster.....	79
5.2.2.	Park N Shops.....	80
5.2.3.	Konsep Sirkulasi	81
5.3.	Konsep Mikro.....	83
5.3.1.	Konsep Gubahan Massa.....	83
5.3.2.	Konsep Fasad	84



5.3.3.	Konsep Dasar Zoning dan Tatahan Ruang.....	84
5.3.4.	Konsep Teknologi	88
5.3.5.	Konsep Pencahayaan dan Penghawaan.....	89
5.3.6.	Konsep Struktur dan Teknologi Bahan.....	90