

## ABSTRAK

Tugas Akhir ini membahas perancangan interior brand guidelines sebagai output utama dalam strategi rebranding untuk retail store di bidang furnitur, dengan pendekatan konsistensi identitas visual yang mendukung implementasi desain interior serta meningkatkan customer experience. Permasalahan utama yang diangkat adalah belum adanya panduan visual terstandarisasi di seluruh cabang, yang menyebabkan ketidakkonsistenan tampilan ruang dan menurunkan citra brand di mata pelanggan.

Perancangan dilakukan melalui kerja sama dengan konsultan desain MARK Associates, dengan objek studi pada dua lokasi, yaitu Store Mall Kota Kasablanka dan Store Pondok Indah. Metode pengumpulan data meliputi observasi lapangan, wawancara, dokumentasi visual, studi literatur, serta studi banding terhadap retail internasional seperti IKEA.

Hasil dari perancangan ini berupa dokumen interior brand guidelines yang mencakup pedoman penggunaan elemen interior seperti display, signage, material, warna, dan ambience ruang, guna memastikan konsistensi identitas visual di seluruh outlet. Implementasi bertahap pada kedua lokasi menunjukkan peningkatan kekuatan brand serta pengalaman pengguna melalui tampilan ruang yang lebih profesional, nyaman, dan konsisten.

Dokumen interior brand guidelines ini dirancang untuk dapat diimplementasikan di seluruh cabang retail store milik klien di Indonesia, serta diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan strategi visual branding berbasis desain interior yang aplikatif dan berorientasi pada identitas brand serta kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Customer experience*, desain interior, *interior brand guidelines*, konsistensi identitas visual, retail furnitur.