

ABSTRAK

Di era modern ini, industri otomotif di Indonesia berkembang pesat. Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mencatat penjualan sepeda motor sport domestik tahun 2021 sebanyak 443.890 unit. Dapat disimpulkan terjadi peningkatan sekitar 12% jika dibandingkan Januari 2021. Hal ini menyebabkan persaingan penjualan sepeda motor antar merek. Director PT MKI berkata “KTM adalah motor premium yang sasarannya orang-orang hobi, kami maunya memberikan pelayanan maksimal sekaligus life style. Prinsip kami; *buy KTM, you get the red carpet*”. Selain itu, Divisi Sales Service berkata, KTM motor ini juga berkomitmen untuk meningkatkan dan menguatkan *image* KTM melalui layanan fasilitas *showroom*. Berdasarkan fakta di atas, *showroom* motor KTM ini memiliki peluang bisnis yang besar di tengah industri otomotif Indonesia yang sedang berkembang pesat, namun pengimplementasian *brand image* pada interior *showroom* KTM belum sepenuhnya diterapkan. Sehingga Perancangan *Showroom* motor KTM di Tangerang ini diangkat untuk menghadirkan peran desain interior yang dapat memperkuat *brand image* KTM.

Kata Kunci : *Showroom*, KTM, dan *Brand Image*.