

ABSTRAK

Perkembangan zaman merubah sifat dan aktivitas masyarakat, salah satu perubahan yang terjadi adalah meningkatnya taraf hidup masyarakat seiring dengan sifat konsumtif dan tuntutan untuk memenuhi kebutuhan fisik (pangan, sandang, kebutuhan rumah tangga) dan mental (rekreasi). Adanya pusat perbelanjaan ini sejalan dengan gaya hidup masyarakatnya yang modern dan konsumtif. Persaingan pusat perbelanjaan yang sedang terjadi saat ini membuahakan suatu gabungan pemikiran konsep yang menyatukan pusat perbelanjaan dengan konsep lain, misalnya hiburan (*entertainment*). Dengan latar belakang tersebut, Sinarmas Land menyuguhkan The Breeze BSD City, pusat perbelanjaan dengan sebutan “*Mall without Walls*” yang mengusung konsep *Open Air Lifestyle*. Pada penelitian ini, peneliti ingin mencari tahu penyesuaian konsep *lifestyle center* dengan implementasi yang ada pada BSD dan The Breeze BSD City. Penelitian ini menggunakan karakteristik *lifestyle center* dan untuk preferensi pengunjungnya menggunakan kerangka kerja segmentasi psikografis VALS (*Value, Attitude and Lifestyle*). Metode pengumpulan datanya menggunakan cara observasi lapangan, wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesionernya menggunakan *form online* dari GoogleForm. Hasil akhirnya adalah pengunjung The Breeze BSD City merupakan tipe Achievers yang mementingkan tentang pengalaman yang berbeda dibanding dengan pusat perbelanjaan lain, *mixed tenant*, pencahayaan alami, lingkungan bersih dan nyaman, lokasi strategis dan sirkulasi yang efisien.

Kata kunci: *lifestyle center*, pusat perbelanjaan, preferensi pengunjung