

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pet Colony adalah pet shop yang berkembang dan pelayanan fasilitas dan perlengkapan hewan peliharaan di Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2017. Menyikapi hal dalam mengedukasi masyarakat tentang kepedulian dalam memelihara anjing, perlu dilakukan desain ulang yang mempertimbangkan respect terhadap anjing. Oleh karena itu, dengan elemen pembentuk, fasilitas, material, penghawaan dan pencahayaan yang diwujudkan dalam konsep perancangan bergaya *industrial pop art* dengan menghadirkan suasana *fun* untuk menunjukkan karakter anjing yang ceria dan apa adanya. Penerapan yang dilakukan melalui visual maupun non visual dalam ruang dengan mempertimbangkan keindahan, kenyamanan, dan keselamatan pengguna ruang. Konsep perancangan ini mendukung akan kebutuhan gaya hidup dalam memelihara anjing sehingga diharapkan perancangan ini mampu mewadahi komunitas pecinta anjing dengan menunjang kreatifitas, produktifitas, dan inovasi para pecinta anjing serta mampu mengedukasi masyarakat tentang memelihara anjing yang tepat.

B. Saran

1. Hasil perancangan interior ini diharapkan mampu memberikan solusi untuk permasalahan yang ada.
2. Perancangan ini diharapkan mampu memberi informasi kepada masyarakat pecinta anjing terhadap memelihara anjing yang baik.
3. Hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam dunia desain interior khususnya dalam desain *pet shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. d. (2003). *Dasar-Dasar, Jilid 1, Edisi ke-9*. Jakarta: Indeks.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- jenggot. (2010, oktober 7). *artikel-artikel baru*. Retrieved from <http://bebibluu.blogspot.com/2010/10/fungsi-dan-tugas-rumah-sakit-hewan.html>
- Kilmer, R. (1992). *Designing Interiors*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Kotler, P. d. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lawson, F. (1979). *Restaurant Planning and Design*. London: Van Nostrand Reinhold Company.
- Mandey, S. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Nol. 6 No. 1*, 93.
- Neufert, E. (2002). *Data Arsitek*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraheni. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Our World Encyclopedia*. (1983). London: Macmillan Education Ltd.
- Panero, J. d. (1992). *Time-Saver Standard's for Interior Design and Space Planning*. McGraw-Hill, Inc.
- Plummer. (1983). *Life Span Development Psychology: Personality and Socialization*. New York: Academic Press.
- Royan, F. M. (2004). *The Smart Marketer in Cafe*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Surmawan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zain, B. (1996). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Daftar Pustaka Internet

<https://ekonomisku.blogspot.com/2015/02/macam-macam-kebutuhan.html>

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-00182-DI%20Bab2001.pdf>

<https://www.bing.com/search?q=ergonomi+tentang+salon&form=EDGEAR&qs=PF&cvid=f05148784f63486891260d54774b15be&cc=ID&setlang=en-US>

<https://store.ryanspet.com/PBP89705>

https://store.ryanspet.com/site/items/PBP89705_main-2.jpg