

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dari pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan:

Restoran Pizza Hut Sudirman mengaktualisasikan dirinya sebagai tempat makan yang menyenangkan dan nyaman. Restorannya bersih, pelayanannya cepat dan karakter Restoran Pizza Hut Sudirman sangat kuat terlihat diterapkan pada penataan interiornya. Dari 30 responden, sebanyak 27 responden merasakan suasana yang nyaman dan tidak terganggu dan sebanyak 3 orang merasa suasana restoran kurang nyaman untuk berkumpul.

Kondisi yang tidak standar pada beberapa elemen interior tidak menjadi masalah lagi bagi pengunjung restoran yang menganggap suasana keseluruhan restoran menyenangkan dan nyaman. Dari penelitian di lapangan ditemukan juga beberapa fungsi Restoran Pizza Hut Sudirman yaitu, tempat berkumpul keluarga dan tempat bersosialisasi.

Pada uraian bab sebelumnya pada bagian persepsi suasana, diketahui Dari 30 responden, sebanyak 27 responden merasakan suasana yang nyaman dan tidak terganggu dan sebanyak 3 orang merasa suasana restoran kurang nyaman untuk berkumpul. diketahui bahwa persepsi tentang suasana di Restoran Pizza Hut Sudirman dipengaruhi oleh elemen-elemen pendukung seperti elemen estetis,

misalnya warna-warna yang digunakan dalam interior restoran, 25 responden merasa penerapan warna pada interior restoran sangat menarik dan menunjukkan karakter Pizza Hut dan sisanya yaitu 5 responden mengungkapkan biasa saja soal penerapan warna. kenyamanan desain furniture dan kualitas ruangnya. Pada umumnya konsumen memiliki persepsi bahwa suasana yang terbentuk di Restoran Pizza Hut Sudirman adalah suasana yang menyenangkan dan nyaman. Meskipun begitu beberapa konsumen mengaku terganggu dengan desain furniture yang kurang mengakomodasi aktifitas makan mereka. Sebanyak 27 responden merasa kondisi meja makan yang kurang mengakomodir, dan 3 responden merasa tidak terganggu dengan dimensi meja makan. Dari 30 responden sebanyak 2 responden mengungkapkan bahwa kursi makan kurang empuk dan sisanya 28 responden merasa nyaman dengan kursi makan yang ada. Permasalahan lain yaitu jarak antar kursi dengan kursi dibelakangannya yang terlalu dekat sehingga mempengaruhi sirkulasi serta kebersihan ruang di area smoking area juga mempengaruhi kenyamanan konsumen.

Dari uraian pada bagian persepsi privasi, diketahui Dari keseluruhan responden sebanyak 27 responden merasa tidak terganggu dengan privasi mereka, meskipun begitu ada tiga responden mengungkapkan bahwa ruangan yang padat akan mengurangi privasi mereka. Dari itu diketahui bahwa terdapat dua persepsi konsumen mengenai privasi di Restoran Pizza Hut Sudirman, yaitu privasi yang terjaga dan privasi yang terganggu. Pada privasi yang terjaga, pada umumnya konsumen tidak merasa terganggu dengan keadaan sekitar seperti jarak antar meja yang dirasa terlalu dekat dan sirkulasi yang terganggu. Sedangkan pada privasi

yang terganggu, konsumen biasanya memilih area yang menurut mereka lebih terjaga privasi mereka. Konsumen yang merasa terganggu dengan jarak antar meja yang dekat lebih memilih untuk duduk di area makan dalam .

Pada bagian persepsi area, diketahui Sebanyak 20 responden berpendapat bahwa mereka lebih memilih duduk di area smoking area karena banyak pertimbangan seperti lebih luas, bisa merokok, dan memiliki pandangan luas keluar, sedang kan sisanya yaitu 10 responden lebih memilih duduk di area dalam.

Dari hasil itu diketahui bahwa area makan diluar atau smoking area adalah area yang didesain untuk mengobrol dan digunakan untuk merokok. Konsumen memilih mengobrol di *smoking area* dengan pertimbangan kenyamanan agar tidak mengganggu pengunjung lainnya dari asap rokok. Konsumen juga merasa mengobrol di smoking area lebih bebas karena tidak perlu tergesa-gesa meninggalkan tempat ketika ada pengunjung lainnya yang datang dan membutuhkan tempat untuk duduk.

Dan bagian uraian persepsi fungsi diketahui bahwa Restoran Pizza Hut Sudirman memiliki beberapa fungsi yaitu sbagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga dan tempat sosialisasi. Persepsi fungsi ini sangat terkait dengan pokok-pokok persepsi konsumen yang lain misalnya berkaitan dengan persepsi privasi dan persepsi area.

## B. REKOMENDASI →

### 1. Rekomendasi bagi Desainer

- a. Dalam pelaksanaan pengumpulan data, peneliti direkomendasikan untuk melakukan wawancara lebih mendalam agar nantinya diperoleh hasil data yang lebih, tentunya yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- b. Pada proses penelitian yang sekiranya memiliki karakteristik yang sama dengan penelitian ini, maka perlu adanya strategi khusus untuk bisa mengatasi segala bentuk keterbatasan dan kekurangan dalam proses pelaksanaan penelitian. Salah satu contoh keterbatasan itu adalah seperti wawancara terhadap responden yang kurang berminat atau pun kurang terbuka, maka peneliti bisa saja memberikan *merchandise* sebagai strategi untuk mengatasi hal tersebut.

### 2. Rekomendasi bagi Dunia Desain Interior

Untuk menambah khasanah penelitian yang sekiranya memiliki karakteristik yang sama dengan penelitian ini, perlu dikembangkan penelitian dengan metode kualitatif saja atau kuantitatif saja atau pun yang menggabungkan pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif, untuk memperkuat dan mempertajam analisis dan hasil penelitian,

Seperti diungkapkan Nurul Zuriah (2005:98) dalam penelitian sosial sering dijumpai dua pendekatan tersebut (kualitatif dan kuantitatif) digunakan bersamaan untuk masalah yang sama, ada penelitian yang

menggunakan pengamatan dan pertanyaan *open-ended* dan mendeskripsikan hasilnya, disamping itu ditemukan juga pengukuran kuantitatif terhadap variabel yang punya hubungan satu sama lain, ditemukan juga data kualitatif yang menggunakan data statistik deskriptif dan temuan kualitatif dan kuantitatif disajikan bersama-sama.

### 3. Rekomendasi bagi Pemilik Restoran

- a. Kondisi yang dirasa tidak standar pada beberapa elemen interior sekiranya menjadi pertimbangan untuk diperbaiki agar tercipta sebuah kenyamanan yang lebih bagi konsumen.
- b. Berbagai hal yang menjadi ketidaknyamanan konsumen seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya agar bisa ditindak lanjuti sebagai bahan kajian dan pertimbangan manajemen restoran untuk peningkatan mutu layanan kepada para pengunjung restoran yang telah loyal kepada Restoran Pizza Hut Sudirman.

## C. SARAN

Pemahaman tentang persepsi konsumen dalam perancangan desain interior komersial publik sangat dibutuhkan bagi seorang desainer. Hal tersebut berguna untuk menciptakan sebuah desain interior yang dapat memenuhi tujuan desain serta kenyamanan bagi pengguna di dalamnya. Penelitian mengenai persepsi

konsumen dapat menjadi pertimbangan dalam proses redesain untuk memperbaiki kondisi-kondisi di lapangan yang dipandang masih kurang.

Pada penelitian yang memiliki karakteristik sama dengan penelitian ini, perlu dikembangkan desain penelitian yang matang sehingga keterbatasan dan segala kekurangan pada penelitian ini tidak terulang kembali.



## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amirrulah .2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action*, Singapore: Thomson Learning.
- Ching, Francis D.K. 1987. *Interior Design Illustrated*, New York.
- Darmaprawira W.A, Sulasmi. 2001. *Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaanya*, edisi II, Bandung: Penerbit ITB.
- Dayaskini, Tri., Yuniardi, S. 2004. *Psikologi Lintas Budaya*, Malang: UMM press.
- David L. Loudon, Albert J. Della Bitta. 1993. *Consumer behavior: Concepts and applications*, 4<sup>th</sup>ed, McGraw-Hill book Co.
- Halim, Deddy. 2005. *Psikologi Arsitektur, Pengantar kajian Lintas Disiplin*, Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana indonesia.
- Muslimin. 2002. *Metode Penelitian di Bidang Sosial*. Malang: Bayu Media dan UMM press.
- Margono, S. 1997. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Nuefert, Ernst. Tjahyadi Sunarto.1991. *Data Arsitek*, edisi 3, jilid 1. Jakarta: PT Gelora Aksara Prima.
- Naraswari, Dewi.2007. *Persepsi Konsumen Terhadap Interior*. Yogyakarta: PT. Nusa Bhakti
- Penero, Julius et al. 1979. *Human Dimension and Interior Space*, New York: The Architectural Press Ltd.
- Ritzer, George. 1996. *The Fast Foodization of Society*, California: Pine Forges Press.
- Safitri, Susi W. Satriyo. 2007. *Desain Interior Clean dan Compact*, Jakarta: PT. Syabas Nusa Media.
- Suharnan. 2005. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi .

Susanto, AB.2001. *Potret-potret Gaya Hidup Metropolis*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Suptandar, P. 1982. *Interior Desain, Merancang Tata Ruang Dalam*, Jakarta: Universitas Trisakti.

Sunarto. 2006. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Amus.

Solso, R.L. 1988. *Cognitive Psychology*. Boston: Allyn and Bacon Inc.

Wyoso, Yosi. 2004. *Desain Resto dan Kafe*, Griya Asri, Restoran dan Kafe, Jakarta: PT. Griya Asri Prima,

Yatim Riyanto. 1996. *Metode Penelitian Pendidikan, Suatu Tinjauan Dasar*. Surabaya: SIC

Zuriah,Nurul. 2006. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan,Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT.Bumi Aksara.

Website:

En. [Wikipedia.org/Wiki/Fast Food](http://Wikipedia.org/Wiki/Fast Food)

[Pizza Hut Indonesia.com](http://Pizza Hut Indonesia.com)