

## DAFTAR PUSTAKA

### Bibliography

- Alifiana, R., Putri, W., Wahyudie, P., Astuti, S. B., Desain, D., Fakultas, I., & Kreatif, D. (2024). *ADAPTIVE REUSE BANGUNAN HERITAGE SEBAGAI RUANG KOMERSIAL : EKSPLORASI DAYA TARIK GENERASI Z ADAPTIVE REUSE OF HERITAGE BUILDINGS AS COMMERCIAL SPACES : EXPLORING THE APPEAL OF GENERATION Z*. 23(2), 284–297.
- Amri dan Syukur. (2017). Analisis Aliran Angin Pada Atap Miring Melalui Uji Simulasi Flow Design. *Langkau Betang : Jurnal Arsitektu, Volume 4, Nomor 2, Tahun 2017, 4*.
- Aprilia, J., & Roosandriantini, J. (2023). Penyandingan Arsitektur Jengki dengan Prinsip Form Follow Function. *Mintakat: Jurnal Arsitektur (Vol. 24 No. 2, September 2023), 24*.
- Aprilia Poernama, J., & Roosandriantini, J. (2023). Penyandingan Arsitektur Jengki dengan Prinsip Form Follow Function. *MINTAKAT: Jurnal Arsitektur, 24(2), 2654–4059*. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jam/article/view/9163>
- Atlantis Press. (2018). *Application of Material and Texture in Soft Decoration in Interior Design*.
- Bedate, Luis Cesar Herrero, dan J. A. S. (2004). Economic Valuation of the Cultural Heritage ; Application to Four Case Studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage, 5*, 101–111.
- Dunne, L., & Carver. (2014). *Retailing*.
- Francis D.K. Ching dan Corky Binggeli. (2018). *Interior Design Illustrated* (4th editio). John Wiley & Sons.
- Fricks, A., & Darmawan. (2008). *Ilmu Fisika Bangunan : Pengantar Pemahaman Cahaya, Kalor, Kelembapan, Iklim, Gempa Bumi, Bunyi, dan Kebakaran*.
- Hastati, F., Putri Kamase, G. A. P., & Jayatri Putra, P. (2021). Karakteristik Arsitektural Bangunan Indis Pada Perumahan Pegawai PJKA Pengok Blok A & B di Yogyakarta. *SADE : Jurnal Arsitektur, Planologi Dan Teknik Sipil, 1(1)*, 28–41. <https://doi.org/10.29303/sade.v1i1.8>
- Hermawan, I. (2012). Menjadikan tinggalan kolonial di Kota Bandung. *Jurnal Kepariwisata Indonesia, 7(1)*, 85–97.
- Hidayat, R. (2006). SPIRIT DARI RUMAH GAYA JENGI ULASAN TENTANG BENTUK, ESTETIKA, DAN MAKNA. *Dimensi Interior, 4*, 80–89.
- Imam Prakoso. (2002). *Arsitektur Jengki, Perkembangan Sejarah yang Terlupakan*.
- Julius Panero dan Martin Zelnik. (1979). *Human Dimension and Interior Space : A Source Book of Design Reference Standards*. Whitney Library of Design.
- Karrholm, M. (2012). *Retailing Space : Architecture, Retail and the*

- Territorialisation of Public Space*. Ashgate Publishing.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool. *Atmospherics as a Marketing Tool*.
- Kusumowidagdo, A. (2005). *Peran Penting Perancangan Interior pada Store Based Retail ( PERAN PENTING PERANCANGAN INTERIOR PADA STORE BASED RETAIL*. <http://puslit.petra.ac.id/journals/interior/>
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2001). *Retailing Managenet*.
- Lisna Sonia Br. Silaban. (2024). ARSITEKTUR PASCA-KOLONIAL: MEMBANGUN IDENTITAS BANGSA MELALUI DESAIN BANGUNAN. *WriteBox*, 1.
- P.K. Kannan dan Hongshuang (Alice) Li. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34, 22–45.
- Setyabudi, I., & Nugroho, A. M. (2012). *Di Kota Malang Dan Lawang*. 5, 32–46.
- Siantoputri, C., Nilasari, P. F., Studi, P., Interior, D., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Optimasi Pengaruh Distribusi Cahaya terhadap*. 1(1), 1–12.
- Sukada, B. (2004). *Langgam Jengki Langgam Khas Indonesia*.
- Underhill, P. (1999). *Why We Buy The Science of Shopping*.
- Widayat, R. (2006). *Spirit dari Rumah Gaya Jengki*. 4(Ulasan tentang Bentuk, Estetika, dan Makna), 80–89.
- Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Republik Indonesia Nomor 01 Tahun 2015 tentang BANGUNAN GEDUNG CAGAR BUDAYA YANG DILESTARIKAN . (2015).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. (2010).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Konsep Jengki yang lahir sebagai salah satu bentuk perlawanan terhadap gaya kolonial dan menjadi representasi semangat kebaruan pasca-kemerdekaan. Pada penerapannya, konsep ini dikolaborasikan dengan gaya modern menjadi konsep modern – jengki, dipilih menjadi pendekatan desain untuk perancangan Toko *Grou Home Living*, dengan konsep ini karakter bangunan yang kuat dapat diciptakan agar tetap selaras dengan citra brand. Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk menciptakan ruang belanja yang juga memberikan pengalaman yang baru serta inspiratif bagi pengunjung.

Secara keseluruhan, konsep ini mampu membangun identitas ruang yang kuat, membangun citra brand, serta mampu menjawab kebutuhan pasar urban masa kini.

#### B. Saran

Perancangan Toko *Grou Home Living* yang memiliki tujuan untuk menyediakan ruang belanja yang baru dan inspiratif, hal itu perlu didukung dengan pelayanan dan perawatan fasilitas yang baik secara berkala. Sebagai toko home living tentu penataan ulang ruang akan terus dilakukan, untuk itu dalam penataannya tetap untuk terus memperhatikan sirkulasi pengunjung maupun pegawai.

Sebagai toko home living yang mengedepankan pengalaman, akan lebih baiknya jika diberikan fasilitas tambahan untuk sesi konsultasi dengan designer terkait furniture dengan ruang yang sudah tersedia seperti area tea corner. Sedangkan untuk pengunjung, kegiatan berbelanja diwajibkan tetap diimbangi dengan menjaga kebersihan dan membuang sampah di tempat yang sudah disediakan untuk menjaga kenyamanan bersama. Dengan ini Toko *Grou Home Living* akan menjadi pilihan dalam penyedia perabot dan kebutuhan ruma tangga yang berkesan baik bagi pengunjung.