

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proyek redesain eks-Metro Puri Indah Mall Jakarta dengan konsep “Reinterpretasi Nostalgia” mampu menjawab kebutuhan revitalisasi ruang eks-Metro yang sudah tidak berfungsi secara optimal melalui pendekatan desain psikologi, terutama *place attachment* dan *place identity*. Perancangan ini berangkat dari permasalahan bagaimana menghadirkan kembali nilai nostalgia yang melekat pada identitas Puri Indah Mall melalui gaya Victorian, sekaligus mengakomodasi kebutuhan generasi Milenial dan Generasi Z yang mengutamakan pengalaman berbelanja, bersosialisasi, dan bekerja dalam satu lingkungan yang terintegrasi.

Sebagai solusi desain, konsep “Reinterpretasi Nostalgia” diterapkan dengan menginterpretasikan kembali gaya Victorian ke dalam pendekatan yang lebih kontemporer dan relevan terhadap gaya hidup masa kini. Penerapan konsep diwujudkan melalui pengembangan area komunal, *coworking space*, *pop-up*, dan *conceptual store* yang terhubung dengan sirkulasi utama mall. Gaya Victorian dihadirkan melalui pengolahan bentuk, material, warna, dan detail interior yang terinspirasi dari nilai historis bangunan tanpa menghilangkan kebutuhan akan fleksibilitas dan kenyamanan ruang publik modern.

Proses perancangan dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, analisis tapak, studi pengguna, analisis aktivitas, serta kajian referensi desain yang kemudian diterjemahkan ke dalam konsep, zoning, sirkulasi, dan pengolahan elemen interior. Hasil perancangan menunjukkan bahwa area eks-Metro berpotensi bertransformasi menjadi ruang publik yang lebih aktif, adaptif, dan berorientasi pada pengalaman pengguna. Dengan demikian, desain yang dihasilkan diharapkan mampu memperkuat identitas Puri Indah Mall,

meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung, memperpanjang *dwel time*, serta mendukung daya saing mall di tengah perkembangan pusat perbelanjaan yang semakin kompetitif.

## **B. Saran**

1. Perancangan ini hanya berfokus pada area eks-Metro Puri Indah Mall sebagai ruang publik adaptif. Oleh karena itu, perancangan selanjutnya dapat mengembangkan konsep serupa pada area mall lainnya sehingga tercipta kesinambungan identitas desain, pengalaman ruang, dan pola sirkulasi yang lebih terintegrasi dalam skala bangunan secara keseluruhan.
2. Perancangan selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam mengenai hubungan antara desain interior, pengalaman ruang (*spatial experience*), dan perilaku pengunjung. Kajian tersebut dapat difokuskan pada pengaruh elemen desain terhadap tingkat keterlibatan pengunjung (*engagement*), durasi kunjungan (*dwel time*), serta pembentukan keterikatan emosional (*emotional attachment*) terhadap ruang publik dalam pusat perbelanjaan.
3. Untuk pengembangan desain ke depan, dapat mempertimbangkan penerapan teknologi digital interaktif, *smart retail system*, serta elemen multisensorial seperti pencahayaan dinamis, tata suara, aroma ruang, dan instalasi interaktif. Integrasi elemen-elemen tersebut berpotensi memperkaya pengalaman pengunjung serta meningkatkan daya tarik pusat perbelanjaan sebagai destinasi gaya hidup yang relevan dengan kebutuhan generasi masa kini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Addis, Bill. (2006). *The Crystal Palace and its Place in Structural History*. *International Journal of Space Structures*. 21. 3-19. 10.1260/026635106777641
- Baker, Julie, Parasuraman, A., Grewal, Dhruv, Voss, Glenn B. (2002). *The Influence of Multiple Store Environment Cues on Perceived Merchandise Value and Patronage Intentions*. *Journal of Marketing* 66 (2), 120-141.
- Ruskin, John. 'The Opening of the Crystal Palace Considered in Some of its Relations to the Prospects of Art'. *The Works of John Ruskin*. Ed. Edward Tyas Cook and Alexander Wedderburn. Vol. 13. *Lectures on Architecture and Painting*. Cambridge: CUP, 2010. 415–32.
- Kalantidou, E. (2025). *Introduction to Design Psychology* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429290084>
- Kilmer, R., & Kilmer, O. (2014). *Designing Interiors, second edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pile, J., & Gura, J. (2014). *A History of Interior Design, fourth edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Singh, H., Prashar, S. (2013). . *Asian Journal of Business Research*.
- Soewito. (2017). Pengaruh Atribut Pusat Perbelanjaan terhadap Kepuasan Konsumen di Kawasan Sentra Primer Jakarta Barat (Studi Kasus: Lippo Mall Puri dan Puri Indah Mall). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1, No. 2, 104-113.
- Wakefield, Kirk L., Baker, Julie (1998). *Excitement at the Mall: Determinants and Effects on Shopping Responses*. *Journal of Retailing*, Vol 74 (4), 515-540.
- Wilhelm, W., Mottner, S. (2005). *Teens and Shopping Mall Preferences: A Conjoint Analysis Approach to Understanding the Generational Shift Toward an Experience Economy*. *Journal of Shopping Center Research*, Vol 12 (1), 23-52.
- Williams. (2006). *Design for Experience: A New Rationale*. *Journal of Design Education and Technology*, Vol. 2, 9-19.
- Wong, C., Wong, K., Wong, M., & Cheong, H. (2012). *The Relationship between Shopping Mall Attributes, Customer Satisfaction, and Positive Word of Mouth: China Visitors in Hong Kong*. Hong Kong Shue Yan University. *Global Journal of Management and Business Research*.