

PERANCANGAN INTERIOR SHOWROOM MINI COOPER DI BANDUNG

¹Finsa Hilmi, ²Hendi Anwar, S.T, M.T , ³Irwan Sudarisman, S.T, M.T
Program Studi Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas
Jl. Telekomunikasi No. 01, Terusan Buah Batu, Bandung, 40257 Indonesia
E-mail: ¹finsa.hilmi9@gmail.com, ²hendianwar333@gmail.com, ³irwan.sudarisman@gmail.com

ABSTRAK

MINI adalah sebuah mobil kecil yang diproduksi oleh British Motor Corporation (BMC) dan penerusnya dari tahun 1959 sampai tahun 2000. Model asli dari mobil ini dianggap sebagai ikon dari Inggris pada tahun 1960an. Konsep desain pada perancangan ini adalah “*Features MINI Cooper Characters*” yang berarti konsep ini membawa ciri khas mobil MINI Cooper sebagai konsep yang wajib mengingat desain showroom ini membawa brand image sebuah merk, dan features berarti dalam desain kita menonjolkan sebuah ciri khas sesuai dengan filosofi makna sebuah lambang MINI. Tema yang diusung yaitu dengan gaya desain yang moderen, berarti tema ruangan berkesan modern dan selalu berubah mengikuti perkembangan jaman dan nyaman serta harus fungsional juga.

Kata Kunci : interior, Showroom, MINI, Bandung

I. PENDAHULUAN

Mobil mewah merupakan sebuah kendaraan yang dapat mengangkat status social dan juga gengsi dari seorang pemiliknya, bahkan persaingan antar produsen mobil mewah pun semakin sengit dikarenakan dari permintaan konsumen yang semakin meningkat setiap tahunnya. Tidak hanya produsen-produsen mobil mewah, melainkan produsen-produsen mobil yang kebanyakn memproduksi mobil-mobil biasa sudah mulai masuk ke area produksi mobil mewah untuk bisa ikut bersaing dalam meramaikan pasar penjualannya.

Berbagai inovasi dilakukan oleh para produsen mobil mewah untuk mendapatkan perhatian dari konsumen dan juga dari para kompetitor produsen mobil lainnya untuk bersaing secara teknologi, fitur, harga, dll. Hal ini dilakukan oleh para produsen untuk menarik minat dan

ketertarikan pembeli kepada produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen. Di Indonesia sendiri sudah banyak pecinta mobil mewah yang tertarik untuk membeli dan menggunakan mobil-mobil mewah itu sendiri, peminat mobil mewah ini sendiri tidak hanya terdapat di kota-kota besar di Indonesia, melainkan banyak juga orang-orang daerah di Indonesia yang memiliki minat membeli terhadap mobil mewah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya showroom-showroom mobil mewah yang terdapat di beberapa kota besar termasuk kota Bandung yang berfungsi untuk menyalurkan keinginan para peminat mobil mewah untuk dapat memiliki dan menggunakan mobil idaman para peminatnya.

Walaupun kondisi perekonomian Indonesia sedang kurang baik, akan tetapi tidak mengurangi minat masyarakat kota Bandung untuk memiliki

kendaraan yang bagus, terbukti dari semakin bertambahnya kendaraan mewah di kota Bandung.

Kendaraan pada jaman sekarang bukan lagi hanya sebatas sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup, yang berarti dengan memiliki kendaraan mewah berarti status sosial seseorang tersebut tinggi. Walaupun status sosial tidak hanya diukur dari kendaraan, tetapi beberapa orang beranggapan lain, mereka merasa bahwa dengan memiliki kendaraan mewah akan menaikkan status sosial mereka walaupun mungkin status sosial mereka belum seharusnya memakai kendaraan mewah tersebut. Hal ini lah yang membuat permintaan akan kendaraan mewah semakin meningkat dengan pesat.

Kota Bandung adalah salah satu kota besar di Indonesia selain Jakarta, Surabaya, dan kota-kota besar lainnya, gaya hidup dan permintaan masyarakat Bandung akan kendaraan mewah juga cukup tinggi. Sehingga para pemasar mobil pun tertarik dengan pasar Bandung. Lalu lintas kota Bandung yang akhir-akhir ini macet, akan sangat cocok menggunakan mobil yang kecil sehingga lincah di jalanan yang macet.

MINI Cooper merupakan mobil *city car* dengan bentuk yang lucu dan tentunya dengan harga yang cukup mahal, mobil MINI Cooper bagi para pecinta otomotif bisa dijadikan mobil sehari-hari yang cocok untuk jalanan kota Bandung yang padat. Tidak seperti mobil *city car* lainnya yang bentukannya hanya begitu-begitu saja, MINI Cooper mempunyai model yang khas sehingga menjadi simbol mobil Inggris pada jaman tahun 60an.

Showroom mobil MINI Cooper ini merupakan tempat memamerkan produk-produk mobil MINI Cooper. Diharapkan dengan adanya showroom ini bisa menarik para pemilik maupun peminat MINI Cooper di kota Bandung yang akhir-akhir ini semakin banyak untuk bisa bersatu, bertemu, berkumpul antara sesama pecinta MINI Cooper di showroom ini. Selain itu juga sebagai tempat memperbaiki MINI Cooper yang mengalami kerusakan maupun perawatan berkala untuk kendaraan ini, serta penjualan aksesoris untuk MINI. Selain itu juga dengan adanya showroom ini diharapkan dapat lebih mengenalkan produknya ke masyarakat yang belum mengenal MINI Cooper.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Dari latar belakang yang telah ditulis, saya memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

- Belum adanya showroom MINI Cooper di Bandung
- Belum adanya gedung yang menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh pemilik MINI Cooper di Bandung.
- Belum adanya ruangan interior yang sesuai dengan kebutuhan pemilik MINI Cooper.
- Sarana untuk pemilik MINI Cooper berinteraksi dan berhubungan dengan pemilik MINI Cooper lain dan produsen MINI Cooper secara langsung.

1.3 RUMUSAN MASALAH

- Bagaimana merancang ruang interior showroom MINI Cooper dibanding sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh pemilik MINI Cooper di Bandung?
- Bagaimana merancang ruang interior showroom MINI Cooper di Bandung yang nyaman untuk para pengguna dan pengunjung?
- Bagaimana merancang penempatan program ruang dalam showroom dan kegiatan penggemar MINI Cooper di Bandung?
- Bagaimana penentuan dan penerapan konsep yang sesuai dalam merancang showroom dan kegiatan penggemar MINI Cooper di Bandung?
- Bagaimana merancang interior dengan menggunakan furniture yang sesuai standar ergonomi?
- Bagaimana penerapan material yang tepat dalam merancang ruangan yang ada didalam showroom agar aman untuk pengunjung dan pengguna?

1.4 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN

Tujuan:

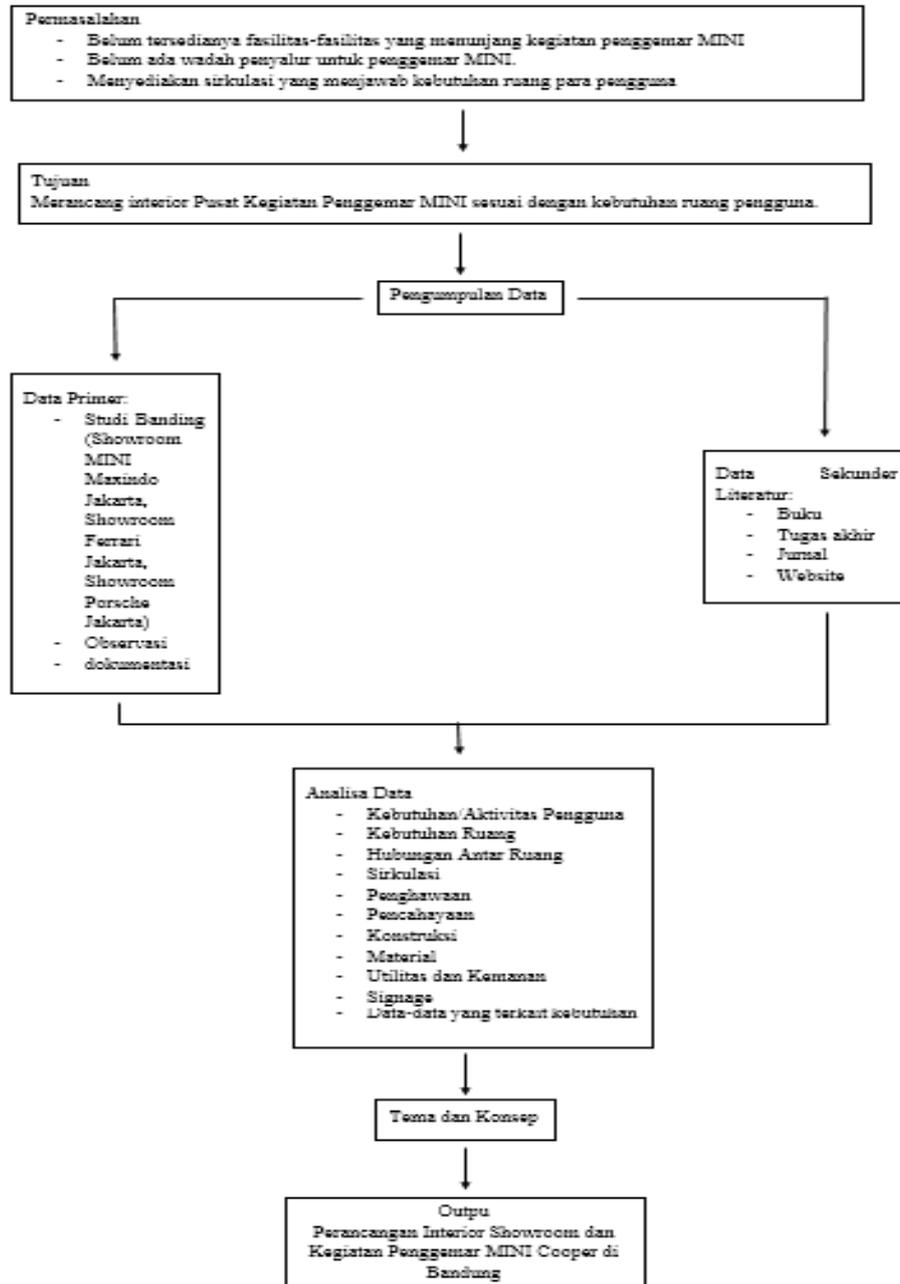
- Merancang ruang interior Showroom MINI Cooper dengan sirkulasi yang baik dan tepat antara pengunjung dengan furniture sehingga tidak terjadi penyempitan sirkulasi.
- Merancang ruangan interior dengan penempatan sesuai dengan pembagian jenis program ruang aktivitas dan koleksi, serta informative sehingga memudahkan pengunjung untuk menemukan area yang dicari.
- Merancang ruang-ruang showroom MINI di kota Bandung dengan menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh seluruh pemilik maupun pengunjung biasa.
- Mempererat hubungan antar pemilik mobil dan produsen MINI di kota Bandung
- Memberikan hubungan baik antara produsen dan konsumen dengan di buatnya showroom MINI Cooper ini.

Sasaran :

- Merancang interior showroom sebagai identitas dari merek MINI tersebut yang berkelas dan merupakan merek yang terbilang mewah dan moderen.
- Dapat mawadahi seluruh pemilik dan penggemar mobil MINI di kota Bandung.
- Dapat menyalurkan komunikasi antar konsumen maupun produsen produk MINI di kota Bandung.
- Dapat berkumpulnya semua pemilik MINI, bukan hanya pemilik, namun semua kalangan seperti, fotografer, pecinta mobil MINI yang belum memiliki mobil MINI sehingga dapat memperoleh informasi sebelum membeli mobil MINI.

1.5 KERANGKA BERFIKIR

Berikut kerangka berpikir dari proses perancangan interior showroom MINI Cooper di Bandung.



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Data Pribadi

II. LANDASAN TEORI

MINI adalah sebuah mobil kecil yang diproduksi oleh British Motor Corporation (BMC) dan penerusnya dari tahun 1959 sampai tahun 2000. Model asli dari mobil ini dianggap sebagai ikon dari Inggris pada tahun 1960an. Pada awalnya Austin MINI Seven dan Morris merupakan nama awal dari mobil tersebut. Setelah tahun 1969, nama pabrikan Austin dan Morris sudah tidak digunakan lagi, sehingga nama resminya adalah MINI.

MINI merubah paradigma perancangan mobil kecil di seluruh dunia. Tata letak mesin dengan penggerak roda depan hingga saat itu belum pernah dipakai pabrikan mobil manapun. Mobil ini mulai dikenal juga sebagai mobil perally yang handal sejak memenangkan rally Monte Carlo tahun 1964, 1965 dan 1967, dan selalu masuk tiga teratas dari tahun 1964 sampai 1968, jadi bisa dikatakan mobil sedan MINI ataupun city car masa kini dengan mesin penggerak roda depan adalah pengaruh dari MINI.

Setelah berproduksi selama 42 tahun, MINI akhirnya menghentikan pembuatannya pada tahun 2001, digantikan dengan new MINI hasil desain dari tim BMW. Jumlah total produksi MINI adalah sekitar 5,5 juta mobil, menjadikannya mobil Inggris terlaris sepanjang sejarah.

Bertolak dari kondisi tropis negara kita yang memiliki 2 musim yaitu kemarau dan hujan, maka sistem penghawaan pada bangunan publik juga harus mendapatkan perhatian karena hal ini menyangkut kenyamanan pemakai dari bangunan tersebut.

Kenyamanan fisik dapat dicapai pada kondisi temperatur rata-rata 23 derajat celcius. Pencapaian kondisi kenyamanan fisik ini

tergantung dari banyaknya bukaan jendela, jenis kegiatan, cara berpakaian, banyaknya radiasi penyinaran, kondisi lingkungan, jumlah manusia dan dimensi ruang. Untuk mengatasinya dapat dicapai dengan banyaknya bukaan jendela dan penggunaan sistem penghawaan buatan seperti fan dan AC.

Ventilasi alam dalam ruangan interior bangunan terjadi akibat adanya perbedaan tekanan udara maupun temperturnya. Pola aliran udara yang terjadi dari gaya-gaya tersebut lebih dipengaruhi oleh bentuk geometri bangunan daripada kecepatan angin. Ada dua jenis pengaliran udara, antara lain sebagai berikut :

-Sistem alami, merupakan sistem panas dalam ruangan berasal dari sinar matahari yang masuk melalui celah dinding, jendela, lubang terutama dari bahan kaca. Untuk membatasi jumlah panas dari cahaya yang menembus kaca sebaiknya gunakan kaca yang disebut reflection glass, atau menggunakan alat-alat peneduh.

-Sistem buatan, merupakan sistem pengkondisian udara dalam ruang yang menggunakan alat listrik, misalnya AC, exhaust fan, kipas angin, dan lain-lain. Unsur-unsur udara dapat diatur oleh AC antara lain yaitu kecepatan aliran udara, penggantian dan pembersihan udara, pengaturan temperatur, pengaturan kelembaban, dan pengaturan distribusi aliran udara yang diinginkan. Untuk mendapat sistem pengkondisian udara yang sejuk, bersih, dan nyaman ada beberapa parameter yang dapat digunakan sebagai acuan antara lain :

1. Temperatur radiasi rata-rata konstan
2. Kecepatan aliran udara yang diinginkan

- 3.Kebersihan udara dari polusi
- 4.Partikel udara yang menimbulkan bau
- 5.Kualitas ventilasi
- 6.Tingkat kebisingan yang ditimbulkan oleh suara dari luar
- 7.Temperatur bola kering dan basah dari udara
- 8.Segi-segi ekonomis dalam harga dan perawatan
- 9.Pertimbangan estetis dari bentuk AC itu sendiri

Lantai pada bangunan publik sebaiknya secara langsung maupun tidak langsung dapat menjadi petunjuk bagi pemakainya, selain itu material yang digunakan untuk lantai sebaiknya memiliki koefisien gesek yang cukup sehingga tidak membuat orang terpeleset.Salah satu syarat material penutup lantai haruslah kuat (kuat menahan beban) dan mudah dalam perawatannya (mudah dibersihkan).Pada ruangan memanjang, penutup lantai bisa dibuat variasi dengan perbedaan warna, material atau tekstur yang berbeda untuk mengurangi kesan monoton.

Plafon juga merupakan unsur penting dalam pembentukan ruang.Plafon selain sebagai pelindung dari cuaca juga memberikan efek bentuk bangunan seutuhnya.Selain itu plafon juga bisa mencerminkan karakter dari suatu bangunan atau ruang.Plafon selain untuk fungsionalitas dalam desain jugaberfungsi menutup perlengkapan engineering dan sistem utilitas lainnya. Aktivitas yang terjadi pada suatu ruang akan menentukan fungsi ruangan tersebut selanjutnya bentuk plafon serta material yang digunakan.

Dinding merupakan unsur penting dalam pembentukan ruang, baik sebagai unsur penyekat atau pembagi ruang maupun sebagai unsur dekoratif.Dalam pengembangannya dinding juga merupakan elemen penahan

struktur dari bangunan selain kolom karena itu dinding harus direncanakan sebaik mungkin terhadap eksterior sebagai akibat langsung dari interior yang diubah.

Untuk membagi ruangan pada sebuah toko digunakan tiga macam dinding yaitu :

- Dinding permanen : Dinding yang memiliki struktur atau kolom.
- Partisi yang berdiri dari lantai sampai plafon yang berfungsi untuk membagi area servis dan area private dan untuk membentuk ruangan khusus untuk private.
- Partisi freestanding : Berfungsi untuk mebagi atau memisahkan dua ruang tanpa membatasi view (pandangan) pengunjung, mudah dipindahkan.

Teori tentang jarak persona, interaksi manusia dalam ruang, interaksi yang terjadi antar individu bisa juga mengandung anti komunikasi simbolis, penyesuaian timbal balik, kerja sama atau konflik antar pribadi dan lain-lain.

Tugas seorang desainer interior adalah menyiapkan sarana ruang, yang bisa menampung kegiatan komunikasi secara maksimal, seperti :

- Menciptakan kondisi dan suasana komunikasi untuk menunjang kegiatan interaksi dengan memperhitungkan faktor kejelasan suara serta jarak pembicaraan.
- Memasang papan informasi yang berisi petunjuk.
- Harus mampu mempunyai karakter dari suatu ruang dimana orang yang menggunakannya bisa langsung mengetahui apa fungsi dari ruang tersebut.
- Diusahakan untuk menciptakan tempat-tempat

yang bisa menampung kegiatan komunikasi informal secara sejenak. - Menyediakan tempat duduk dimana bisa diduga akan terjadi kesempatan berkomunikasi.

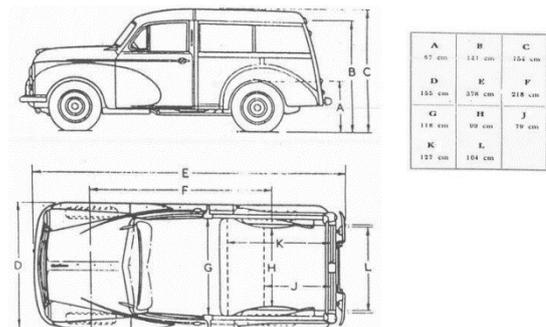
-Memperhatikan hirarki antar individu yang sedang berinteraksi seperti jenis kelamin, formal-informal, rahasia-terbuka, status sosial, usia dan lain-lain yang kesemuanya itu dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengorganisasian jarak dan letak perabot di dalam ruang.

- Size

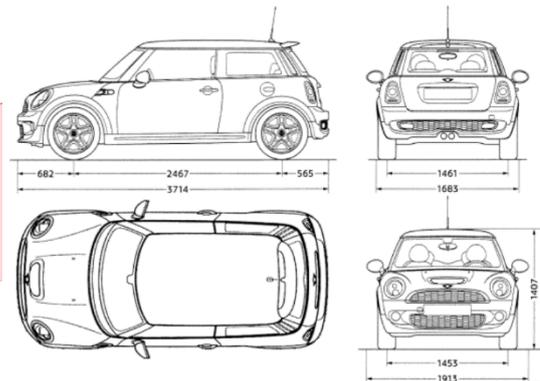
Dengan memberikan penekanan pada suatu elemen benda pameran dengan cara mengubah atau memperbesar ukurannya.

Area retail merupakan area yang setidaknya dapat dilihat dan diakses dengan mudah. Hal ini berkaitan dengan fungsi area ini sebagai tempat berjualan dan sumber pendapatan, sehingga desain yang mampu menarik pengunjung adalah sesuatu yang perlu dipertimbangkan. Adapun hal-hal yang hendaknya diperhatikan dalam perancangan sebuah retail adalah :

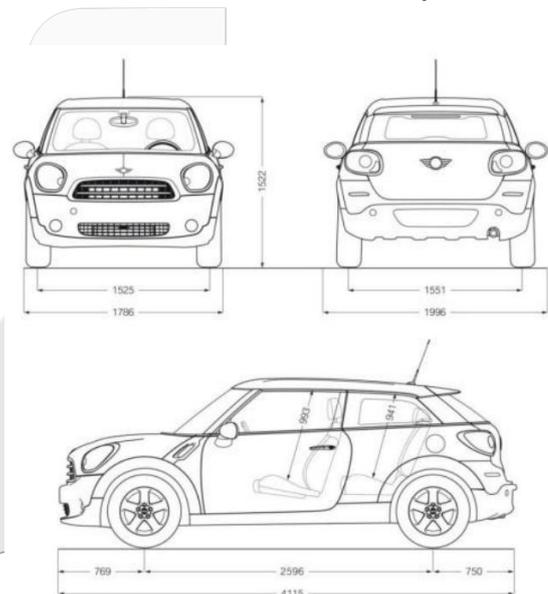
- Peletakan bagian depan retail dan perancangan desain retail harus menarik sehingga menarik minat pembeli.
- Dalam desainnya, dapat digunakan warna-warna yang menarik, lampu-lampu dan logo-logo yang sesuai.
- Display mendapat perhatian utama, sehingga penataan display harus dapat memberikan sugesti kepada pembeli.
- Sirkulasi pembeli dan penjual harus diperhatikan.



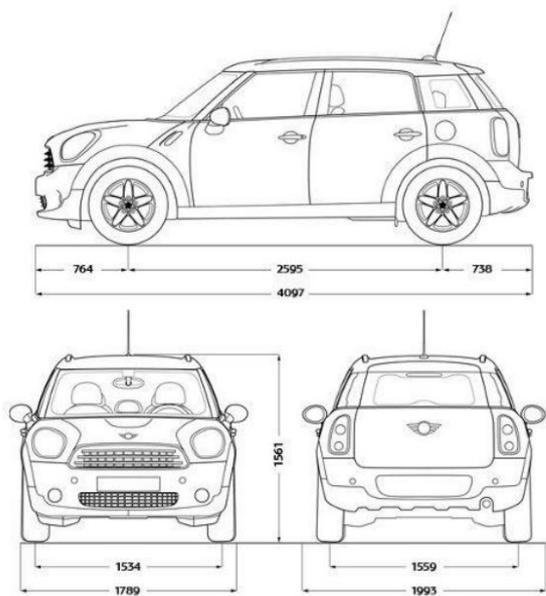
Gambar 1. Dimensi Mobil MINI Classic



Gambar 2. Dimensi MINI Countryman



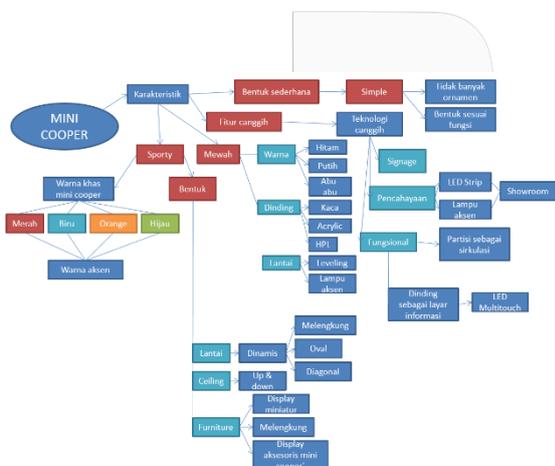
Gambar 3. Dimensi MINI Paceman



Gambar 4. Dimensi MINI Cooper

III.KONSEP PERANCANGAN

3.1 Tema



Bagan 3.1 Mind Mapping Tema Perancangan

konsep ini membawa branding image sebagai konsep yang wajib, mengingat desain showroom ini membawa brand image sebuah merk, dan characters berarti dalam desain kita membawa ciri khas sesuai dengan filosofi makna sebuah lambang MINI. Ciri khas bisa berarti luas, dalam hal ini yang dimaksud dengan ciri khas adalah, membuat desain yang membawa branding yang kuat, juga harus memikirkan segi kenyamanannya serta pembagian ruang dan fungsionalnya harus jelas, karena terdapat banyak ruang-ruang berupa kantor dan fasilitas lainnya.

Tema desain pada perancangan ini adalah “Features MINI Cooper Characters” yang berarti

3.2 Pengayaan

Gaya yang diusung yaitu dengan gaya desain yang moderen, karena fitur-fitur dari mini cooper lebih maju dari mobil-mobil sekelas nya walaupun bentuk desain mobil

nya dari dulu hingga sekarang tidak pernah berubah karna mempertahankan karakter, Moderen sendiri adalah gaya desain yang simple, bersih, fungsional, stylish dan selalu

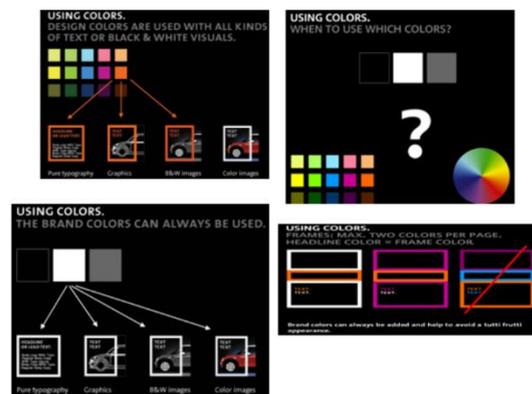
mengikuti perkembangan jaman yang berkaitan dengan gaya hidup modern yang sedang berkembang pesat. Gaya hidup modern ditopang oleh kemajuan teknologi, dimana banyak hal yang sebelumnya tidak

bisa dibuat dan didapatkan menjadi tersedia bagi banyak orang.

3.3 Konsep Warna



Gambar 5. Branding Image MINI



Gambar 6. Branding Image MINI

Pengaplikasian warna pada elemen pembentuk ruang interior menggunakan warna warna netral sebagai analogi dari dunia teknologi, selain itu penggunaan warna – warna ini sama seperti sifat dari fashion itu sendiri yaitu selalu berkembang dan berubah – ubah. aplikasi warna putih dengan aplikasi warna dengan intensitas penuh sebagai aksen ruang. Penggunaan warna putih sebagai warna dasar dari konsep warna bertujuan

untuk membuat sebuah objek menjadi lebih cerah, lapang dan luas. warna putih merupakan warna netral yang cocok diaplikasikan dengan warna apapun. menggunakan skema warna analogus pada perancangan showroom ini yaitu menggunakan pemilihan warna yang berdekatan pada lingkaran warna.

Pemilihan warna biru – ungu untuk menggenapi konsep skema warna ini. dengan skema warna ini memunculkan sifat warna yang selaras dan tidak membosankan, warna yang selaras adalah warna – warna yang seiringan dan pada lingkaran warna terletak berdekatan. Pemilihan warna netral dan tidak dekoratif pada perancangannya bertujuan untuk secara tidak langsung menjadi latar dari sebuah showroom yang ingin ditampilkan pada showroom ini. mengaplikasikan warna netral dengan aksen warna analogus dari biru – ungu dengan tujuan agar segala hal yang ditunjukkan akan terlihat lebih menarik. Pemilihan konsep warna ini juga berdasarkan pendapat atau teori yang dikembangkan oleh pakar warna Sulasmi Darmaprawira W.A .

IV.DENAH KHUSUS

A. Showroom



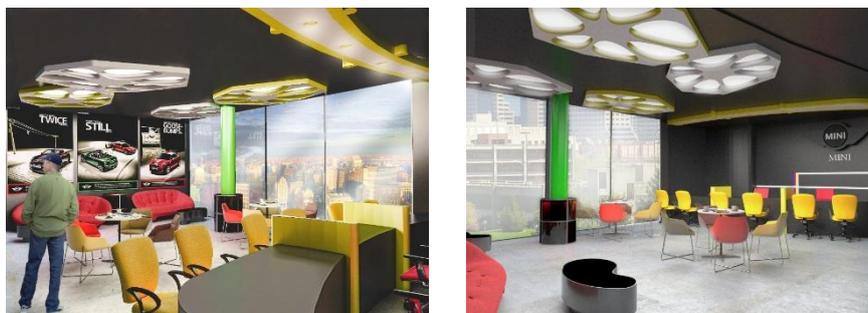
Gambar 4.1 Perspektif Showroom
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada Showroom mobil, alur tata ruangnya yaitu, ketika pengunjung masuk ke showroom MINI Cooper ini, pengunjung akan langsung melihat mobil MINI Cooper serie terbaru dan terlaris, biasanya mobil tersebut adalah MINI Cooper John Cooper Work yang sangat terkenal dengan ciri khasnya yang hanya memiliki 2 pintu saja. Jika pengunjung setelah masuk berbelok ke sebelah kanan, maka pengunjung akan melihat meja informasi dan beberapa mobil MINI serie lain yang didisplay, seperti MINI Cabrio, MINI Countryman, dan lain lain. Jika pengunjung berbelok ke kiri setelah masuk showroom, maka pengunjung juga akan melihat display mobil MINI Cooper lainnya dan beberapa

display aksesoris mobil seperti velg, ban, bumper, dan lain lain.

Pada bagian belakang pojok kanan dari showroom ini, pengunjung dapat menemukan ruangan dimana pengunjung dapat melihat dan mengetahui sejarah MINI cooper mulai dari awal mula mobil ini di desain hingga menjadi seperti sekarang ini. Pada ruang ini pengunjung juga dapat melihat display mobil yang sangat terkenal dari film series terkenal pula, yaitu mobil Mr. Bean yang ikonik dengan warna hiajunya, namun mobil tersebut bukan mobil asli yang di gunakan untuk syuting film tersebut, namun hanya replika yang dibuat menyerupai mobil Mr, Bean pada saat itu.

B. Ruang Lounge Transaction



Gambar 4.2 Perspektif Ruang terapi wicara
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada ruangan ini, saat pengunjung naik ke lantai dua, baik menggunakan tangga atau lift, pengunjung akan langsung melihat ruangan lounge Transaction ini. Saat pertama memasuki ruangan ini, pengunjung bisa langsung melihat semua sisi yang ada pada ruangan ini, karena ruangan ini tidak memiliki penutup ruangan

seperti dinding atau kaca, melainkan hanya di bedakan ketinggian lantainya sebagai pembatas ruang dengan sirkulasi. Pengunjung akan langsung melihat kursi dan sofa lounge yang ada pada ruangan ini.

V. KESIMPULAN

Showroom adalah tempat untuk menjual dan menarik konsumen dengan furniture yang ditata sedemikian rupa sehingga menarik untuk dilihat, terlihat glamour, Showroom harus dapat menarik minat dan keinginan pengunjung untuk membeli ataupun menjadi inspirasi dalam berkarya. Showroom harus menonjolkan barang yang dijual guna menampilkan fungsi dari dealer tersebut. Showroom tidak hanya sebagai tempat bisnis tetapi juga menampilkan ciri khas dari showroom tersebut. Lokasi showroom juga perlu diperhatikan berdasarkan tingkat konsumen dan image produk tersebut sehingga harus terletak pada posisi yang tepat agar dapat menanam ingatan akan ruang dan produknya.

Showroom harus dapat membawa nuansa dan memasukkan image para pengunjungnya mengenai Showroom itu sendiri dan produk-produk yang dipamerkan. Dalam mendesain sebuah display ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu Obyek yang ditampilkan, fungsi yang ingin ditampilkan, besaran area yang disediakan, efek yang ingin dicapai, tingkat pemeliharaan yang dibutuhkan. Ruang memamerkan produk seharusnya memiliki persyaratan yaitu benar-benar terlindung dari pengrusakan, pencurian, kebakaran, kekeringan, kelembaban, cahaya matahari langsung dan debu

pada setiap peragaan harus mendapat pencahayaan yang baik. Warna yang diaplikasikan adalah warna yang bersifat netral dan dapat mengekspose produk yang dipamerkan dalam ruang dengan baik.

Perancangan Interior untuk Showroom ini diharapkan bisa bermanfaat bagi semua orang, tidak hanya bagi pemilik kendaraan. Bagi masyarakat umum diharapkan bisa memenuhi kebutuhan mereka akan pelayanan dan interior yang memadai sehingga masyarakat ingin mengenal bagaimana MINI ini. Bagi pemilik kendaraan MINI/pecinta MINI diharapkan mendapatkan suasana yang nyaman dari interior Showroom ini yang juga merupakan salah satu bagian dari pelayanan yang baik dari Showroom ini. Bagi pemilik Showroom diharapkan dengan interior yang baik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat, diharapkan bisa membantu meningkatkan penjualan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Ernest Neufert. Data Arsitek. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2002
- Redstone, Louis G. New dimensions in shopping centres and stores. New York, 1973
- Suptandar, J. Pramudji. Desain interior pengantar merencana interior untuk mahasiswa desain dan arsitektur. Jakarta: Djambatan. 1999

- Tut, Patricia and Adler, David. New metric handbook. London: The Architectural Press, 1979
- De Chiara, Panero, Zelnik. Time Saver Standards For Interior Design and Space Planning. New York: McGraHill, Inc
- Barr, V.& Boundy, C.E. Designing to Sell. USA: Mc Grow-Hill Book Company 1986
- Zelnik, Martin & Panero, Julius. Human dimension and interior space. New York: Whitney Library of Design. 1979
- Kiat Sukses Jual-Beli Mobil. Drs. Boentarto. Redaksi: Wisma Hijau, Jl. Mekarsari Raya No 15 Cimanggis, Depok 16952 Telp. (021) 8729060, 87701746 Faks. (021) 8712219, 8729059 E-mail: info@puspaswara.com
- Vilma Barr, Charles E. Broudy Designing to Sell: A Complete Guide to Retail Store Planning and Design. McGraw Hill Book Company, 1986.
- ORIGINAL MINI COOPER AND COOPER S The Restorer's Guide, By John Parnell .
- The Design of Educational Exhibit, 70
- Graham 179
- Sorcar halaman 48.
- Restaurant, Planning and Design , Fred Lawson (1973)
- Tugas Akhir (Christianto, 2007, p.25)
- BMW GROUP, 2009, 1959-2009, Fifty years of MINI, Germany ;MINI Media information.