

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

KATA PENGANTARi

ABSTRAKiii

DAFTAR ISIiv

DAFTAR DIAGRAMvii

DAFTAR GAMBARviii

DAFTAR TABELx

BAB I PENDAHULUAN1

1.1 Latar Belakang1

1.2 Perumusan Masalah1

1.3 Batasan Kajian1

1.4 Tujuan Penelitian2

1.5 Manfaat Penelitian2

1.6 Proses Kerangka Berpikir3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA4

2.1 Definisi Evaluasi Pasca Huni (EPH)4

2.2 Brand Image/Citra Perusahaan pada Jaringan (Network) Dealer5

2.3 Pengertian 3S Dealer5

2.4 Klasifikasi 3S Dealer6

2.5 Perancangan Ruang Pamer6

2.5.1 Pengalaman Pelanggan (Customer Experience)6

2.5.2 Sirkulasi Ruang7

2.5.3 Aksesibilitas dan Sirkulasi Pelanggan dalam Ruang Pamer9

2.5.4 Zona-Zona (Dealer) Ruang Pamer11

2.5.5 Denah Zona-Zona Ruang Pamer13

2.5.6 Tampilan Fasad Ruang pamer14

2.5.7 Customer Touchpoints Experience15

2.6 Zona Pelanggan Bengkel17