

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Gambar	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Grafik	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Sasaran	4
1.2.1 Tujuan	4
1.2.2 Sasaran	4
1.3 Manfaat	5
1.3.1 Subjektif	5
1.3.2 Objektif	5
1.4 Lingkup Pembahasan	5
1.5 Metode Pembahasan	5
1.6 Sistematika Pembahasan	6
1.7 Alur Pikir	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Sejarah Nissan	10
2.2 Pengertian Nissan Sales & Service	12
2.3 Tinjauan Pelaku Kegiatan	13
2.4 Macam Kegiatan	14
2.4.1 Kegiatan Penjualan	14
2.4.2 Kegiatan Pelayanan Jasa	14
2.4.3 Kegiatan Penunjang	15
2.4.4 Kegiatan Pengelola	15
2.4.5 Kegiatan Khusus	15
2.5 Dasar-Dasar Perencanaan Fasilitas Nissan Sales & Service Di Semarang	15



2.5.1	Identifikasi Dealer Nissan/Company Image	15
2.5.2	Dasar-Dasar Perencanaan Area Showroom	17
2.5.3	Dasar-Dasar Perencanaan Area Service	26
2.5.4	Dasar-Dasar Perencanaan Area Parts.	32
2.5.5	Dasar-Dasar Perencanaan Tapak.	33
2.6	TinjauanArsitektur Hi-tech	34
2.6.1	Pengertian Arsitektur Hi-tech	35
2.6.2	Karakteristik Arsitektur Hi-tech	35
2.6.3	Contoh Bangunan Dealer Nissan	37
<b>BAB III DATA</b>		
3.1	Tinjauan Kota Semarang	38
3.1.1	Tinjauan Fisik	38
3.1.2	Tinjauan Non Fisik	39
3.1.3	Kebijakan dan Rencana Pembangunan Kota	40
3.2	Deskripsi dan Urgensi Nissan Sales & Service di Semarang	43
3.2.1	Peran dan Fungsi.	43
3.2.2	Prospek dan faktor Pendukung	44
3.2.3	Lingkup Pelayanan dan Sasaran Pemakai	46
3.3	Studi Banding	46
3.3.1	Nissan Puri Anjasmoro Semarang	46
3.3.2	Nissan Mlati Yogyakarta	49
<b>BAB IV KESIMPULAN, BATASAN DAN ANGGAPAN</b>		
4.1	Kesimpulan	52
4.2	Batasan	53
4.3	Anggapan	53
<b>BAB V PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN NISSAN SALES &amp; SERVICE DI SEMARANG</b>		
5.1	Dasar Pendekatan	54
5.2	Pendekatan Aspek Fungsional.	54
5.2.1	Pendekatan Pelaku Kegiatan	55
5.2.2	Pendekatan Aktivitas/Kegiatan dan Kebutuhan Ruang	58



5.2.3 Pendekatan Hubungan Kelompok Ruang	62
5.2.3.1 Hubungan Kelompok Ruang	62
5.2.3.2 Sirkulasi Ruang	63
5.2.4 Pendekatan Kapasitas	66
5.2.5 Pendekatan Besaran Ruang	69
5.3 Pendekatan Aspek Kinerja	80
5.4 Pendekatan Aspek Teknis	87
5.5 Pendekatan Aspek Arsitektural	88
5.6 Pendekatan Aspek Kontekstual	92
5.6.1 Pemilihan Lokasi	92
5.6.2 Alternatif Lokasi	92
5.6.3 Penentuan Lokasi	95
5.6.4 Alternatif Tapak	99
5.6.5 Penentuan Tapak	103
5.6.6 Peraturan Bangunan Pada Tapak Terpilih	104
<b>BAB VI KONSEP DASAR DAN PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN NISSAN SALES &amp; SERVICE IN SEMARANG</b>	
6.1 Program Perencanaan	109
6.1.1 Lokasi Terpilih	109
6.1.2 Tapak Terpilih	109
6.1.3 Perhitungan Luas Tapak	110
6.2 Program Perancangan	111
6.2.1 Program Ruang	111
6.2.2 Program Aspek Kinerja	114
6.2.3 Program Aspek Teknis	118
6.2.4 Program Aspek Arsitektural	119

## DAFTAR PUSTAKA

