

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
INTISARI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Perancangan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
BAB III LANDASAN TEORI	11
3.1 Etnografi	11
3.1.1 Definisi Etnografi	11
3.1.2 Tujuan dan Manfaat Etnografi	11
3.1.3 Teknik Studi Etnografi	12

3.1.4	Triangulasi sebagai Validasi Hasil Penemuan	14
	Etnografi	
3.1.5	<i>Output</i> Studi Etnografi	15
3.2	Pengembangan Produk	15
3.2.1	Pengertian Pengembangan Produk	15
3.2.2	Proses Pengembangan Produk	15
3.2.3	Karakteristik Pengembangan Produk yang Sukses	16
3.2.4	Perancangan Pengembangan Produk	16
3.2.5	Spesifikasi Produk	17
3.2.6	Penyusunan Konsep	17
3.2.7	Seleksi Konsep	18
3.2.8	Penyaringan Konsep	19
3.2.9	Pemilaian Konsep	21
3.2.10	Pengujian Konsep	24
BAB IV	METODE PERANCANGAN	27
4.1	Objek Perancangan	27
4.2	Responden	27
4.3	Alat	28
4.4	Data dan Cara Pengambilan Data	28
4.4.1	Data	28
4.4.2	Cara Pengambilan Data	28
4.5	Tahapan Perancangan	29
4.5.1	Identifikasi Kebutuhan Berdasarkan Etnografi	31
4.5.2	Analisis Data Hasil Studi Etnografi (<i>Consumer Insight</i>)	31
4.5.3	Pengembangan Spesifikasi Produk Berdasarkan <i>Consumer Insight</i>	32
4.5.4	Penyusunan Konsep	32
4.5.5	Seleksi Konsep dan Penilaian Konsep	33
4.5.6	Pengujian Konsep	33

BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
	<i>5.1 Consumer Insight</i>	34
	5.1.1 Hasil Etnografi	34
	5.1.2 Hasil Observasi	35
	5.1.2.1 Hasil Wawancara	38
	5.1.3 Penentuan Kebutuhan Atribut Awal Konsumen	39
	5.1.4 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan dengan <i>In-Depth</i> <i>Interview</i>	40
	5.2 Desain Konsep Sepeda Motor	44
	5.2.1 Penyusunan Spesifikasi Produk	44
	5.2.2 Penyusunan Konsep	47
	5.2.3 Pengujian Konsep	69
BAB VI	PENUTUP	72
	6.1 Kesimpulan	72
	6.2 Saran	73
	DAFTAR PUSTAKA	74
	LAMPIRAN	76