

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kanvas Proposisi Nilai .....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Bangunan Fisik Ritel SRA .....	35
Gambar 3.2 Struktur Organisasi SRA.....	36
Gambar 3.3 Komponensial Analisis Model Interaktif .....	44
Gambar 3.4 Ilustrasi Kecocokan Antara Peta Nilai Dan Profil Konsumen .....	47
Gambar 3.5 Unit Analisi Penelitian A .....	48
Gambar 3.6 Triangulasi Sumber Yang Banyak .....	49
Gambar 3.7 Triangulasi Penggunaan Metode Berbeda.....	50
Gambar 4.1 Permintaan dan PO PT Truba.....	54
Gambar 4.2 Permintaan dalam bentuk SPB PT RAN.....	54
Gambar 4.3 Kondisi Toko SRA .....	55
Gambar 4.4 Proses Pengecekan Barang Dari Supplier .....	58
Gambar 4.5 Peta Nilai SRA .....	60
Gambar 4.6 Hasil Prioritas <i>Jobs.Pains, And Gains</i> Segmen Pemborong Kontraktor .....	76
Gambar 4.7 Profil Konsumen Segmen kontraktor.....	77
Gambar 4.8 <i>Fit</i> Antara Peta Nilai Dengan Profil Konsumen.....	78
Gambar 4.9 <i>Fit</i> Antara <i>Products and Services</i> Dengan <i>Jobs</i> .....	80
Gambar 4.10 <i>Fit</i> Antara <i>Pain Reliever</i> Dengan <i>Pains</i> .....	82
Gambar 4.11 <i>Fit</i> Antara <i>Gain Creator</i> Dengan <i>Gains</i> .....	84
Gambar 4.12 Kesenjangan Nilai SRA menurut Desain Proposisi Nilai .....	86
Gambar 4.13 Kanvas Proposisi Nilai Ideal .....	91