

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization* (12th ed.). Cengage Learning.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3rd ed.). Pearson.

Jurnal

- Adzwin, & Anggadwita, G. (2019). Analisis Pengembangan Produk Baru Berbasis Teknologi Pada Rintisan Usaha Wallts (Start-Up). *e-proceeding of management* Vol. 3 No.3 , 2735.
- Agustina, F., & Kamalia, N. L. (2020). Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* vol. 1 No. 2 , 105-112.

- Alkurni, W., & Zuliarni, S. (2021). Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. Cake & Bakery Pekanbaru). *Jom FISIP* , Vol. 1 No.2.
- Gurindawangsa, S. A., Topowijono, & Supriono. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 51 No. 2 .
- Kamiruddin. (2014). Analisis Pengembangan Produk Industri kecil Sebagai Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Industri Kerajinan Rotan, Rumbai, Pekanbaru). *Jurnal Aplikasi Bisnis* , Vol. 4 No. 2.
- Maulana, H., & Suhartini. (2018). Pengembangan Produk Meja Sablon Semi Otomatis Dengan Menggunakan Metode QFD. *Tecnoscienza*.
- Purnomo, B., & Raditya, B. (2017). Pengembangan Produk dan Inovasi Produk Pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi Pada PT. Penguji Luhur Utama). *Jurnal Maksipreneur* Vol. VI, No.2 , 27-35.
- Rini, E. S. (2020). Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ekonom* Vol. 16 No. 1 , 31-32.