

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, DA (2014). *Manajemen Pasar Strategis (Edisi Ke-10)*. Wiley.
- Agang, A. (2018). Analisis Nilai Tambah Dalam Pengelolaan Produk Tahu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 123-135.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bryson, JM (2022). *Implementing Collaborative Governance: A Guide For Public Manager*. Jossey-Bass.
- Crawford, M., & Di Benedetto, C. A. (2019). *New Products Management (11th Ed.)*. Mcgraw-Hill Education.
- Daft, RL (2022). *Manajemen (Edisi Ke-13)*. Cengage Learning.
- Griffin, A. (1997). PDMA Success Metrics: A Retrospective And Recommendations. *Journal Of Product Innovation Management*, 14(4), 427-445.
- Hadiyanto, A. (2021). Strategi Pengembangan Produk Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 2(9), 2787-2792.
- Hapsari, A. P., & Kustanto, D. (2024). Analisis *Value Proposition Canvas* Pada UMKM Jefri Galleri Bambu Di Karawang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 14229-14236.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education.
- Kumar, R. (2020). *Metodologi Penelitian: Panduan Langkah Demi Langkah Untuk Pemula (Edisi Ke-5)*. Sage Publications.
- Mardiana, R., & Sari, D. (2021). “Implementasi Kebijakan Publik Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Sektor Pendidikan”. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 8(1), 45-58).
- Moore, MH (2021). *Menciptakan Nilai Publik: Manajemen Strategis Dalam Pemerintahan*. Harvard University Press.
- Mulyadi. (2015). *Keputusan Manajemen Dan Implementasi*. Salemba Empat.

- Nurhidayati, N. (2018). Proses Produksi Yang Efisien: Mengurangi Aktivitas Yang Tidak Memberikan Nilai Tambah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 45-58.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2021). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers (2nd Ed.)*. Wiley.
- Panilan, B. N., Fauziyah, A., Rachmani, N. N., & Adjie, K. S. (2024). Inovasi Peningkatan Tenant Umkm Melalui Pendekatan *Value Proposition Canvas* (VPC). *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 7(2), 2964-2974.
- Pohan, S., Ariska, J., & Lubis, N. A. (2023). Komunikasi Pemasaran Kopi Sustainable Sebagai Nilai Keunggulan (*Value Proposition*) Produk. *Algebra: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Sains*, 3(3), 180-186.
- Rahmawaty, R. (2022). Perencanaan Bisnis Yang Efektif Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 45-60.
- Robbins, SP, & Coulter, M. (2020). *Management (Edisi Ke-13)*. Pearson.
- Sari, H. S. (2019). Kandungan Gizi Tahu Dan Manfaatnya Bagi Kesehatan. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 14(2), 123-130.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product Design And Development (6th Ed.)*. McGraw-Hill Education.

SUMBER WEB

[https://id.wikipedia.org/wiki/Bulu Cina, Hampanan Perak, Deli_Serdang](https://id.wikipedia.org/wiki/Bulu_Cina,_Hampanan_Perak,_Deli_Serdang)