

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bosstore.id. (2022). "Bosstore.id (@bosstore.id\_) Instagram Photos and Videos". Retrieved October 20, 2022, from <https://www.instagram.com/bosstore.id/>.
- Bosstore.id. (2022). "Bosstore.id | Shopee Indonesia". Retrieved October 20, 2022, from <https://shopee.co.id/bosstore.id?page=0&sortBy=sales>.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Pengertian Pendapatan Nasional. *bps.go.id*. Retrieved October 20, 2022, from <https://www.bps.go.id/subject/11/produk-domestik-bruto--lapangan-usaha.html#subjekViewTab1>.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- DataIndonesia. (2022). PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi. *DataIndonesia.id*. Retrieved October 20, 2022, from <https://dataIndonesia.id/sector-riil/detail/industri-tekstil-kembali-melesat-1374-pada-kuartal-ii2022>.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung. (2022). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota dan Kategori Usaha di Jawa Barat. *Opendata.jabarprov.go.id*. Retrieved October 22, 2022, from <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-dan-kategori-usaha-di-jawa-barat>.
- Dominguez, M. F. O., dan Bhatti, Y. A. (2022). From Waste to Luxury Fashion at Elvis & Kresse: A Business Model for Sustainable and Social Innovation in the Circular Economy. *MDPI Journal Sustainability*, Vol. 14, Issues 19, 1-17.
- Donner, M., dan Radic', I. (2021). Innovative Circular Business Models in the Olive Oil Section for Sustainable Mediterranean Agrifood Systems. *MDPI Journal Sustainability*, Vol. 13, Issues 5, 1-21.
- Fira, Z., dan Syaifullah. (2022). Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan SWOT Analysis dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 8, No. 1, 68-77.

- Ghina, A., & Anugrah, L. G. (2022). Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk Usaha Mikro di Bidang Pakaian (Studi Kasus: Wearkenya di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, Vol. 7, No. 2, 372-391.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Hendri, John. (2009). *Merancang Kuesioner Riset Pemasaran*. Depok: Universitas Gunadarma.
- Herawati, N., Lindriati, T., dan Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, Vol. 13, No. 01, 42-51.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2019). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). Tingkatkan Daya Saing Pelaku UMKM Lewat Digitalisasi. *Kominfo.go.id*. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.kominfo.go.id/content/detail/45050/tingkatkan-daya-saing-pelaku-umkm-lewat-digitalisasi/0/berita>.
- Kotler, P., & Gary, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2020). Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid19. *Lipi.go.id*. Retrieved October 21, 2022, from <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071>.
- Melanie. (2021). Inovasi dan Pengembangan Produk Baru, Mengapa Itu Penting? *Indonesiana.Id*. Retrieved October 28, 2022 from <https://www.indonesiana.id/read/146342/inovasi-dan-pengembangan-produk-baru-mengapa-itu-penting>.

- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Müller, J. M. (2019). Business model innovation in small- and medium-sized enterprises: Strategies for industry 4.0 providers and users. *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 30, Issues 8, 1127-42.
- Neergaard, H., dan Ulhøi, J. P. (2007). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Bland, D. (2020). *Testing Business Ideas*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernada, G., dan Smith, A. (2014) *Value Proposition Design*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pemerintah Indonesia. *Keputusan Menteri Keuangan tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil*. BNW 2003 No. 6879 Lembaran Lepas 2003. Biro Hukum Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. *Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Lepas Kementerian Keuangan. Biro Hukum Jakarta.
- Rogelberg, S. G. (2007). *Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology*. Sage Publications, Inc.
- Saretta, I.R. (2020). Mengenal Apa Itu Target Pasar dan Alasan Pebisnis Harus Menentukannya. *Cermati.Com*. Retrieved October 29, 2022, from <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-apa-itu-target-pasar-dan-alasan-pebisnis-harus-menentukannya>.
- Sassanelli, C., dan Terzi, S. (2022). Building the Value Proposition of a Digital Innovation Hub Network to Support Ecosystem Sustainability. *MDPI Journal Sustainability*, Vol. 18, Issues 18, 1-14.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Kenginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Simmons, G., Armstrong, G. A., dan Durkin, M. G. (2008). A Conceptualization of the Determinants of Small Business Website Adoption: Setting the

Research Agenda. *International Small Business Journal*, 26(3), 351-389.  
Retrieved from Sage Publishing Journal Database.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Surajiyo. (2006). *Dasar-dasar Logika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. (1st ed.). Yogyakarta: Andi

Utami, N. W. (2020). Cara Cerdas Validasi Ide dalam Rencana Bisnis. *Jurnal.Id*. Retrieved November 3, 2022, from <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-cerdas-validasi-ide-dalam-rencana-bisnis/#:~:text=Validasi%20ide%20adalah%20proses%20pengujian,sebelum%20dirilis%20ke%20masyarakat%20umum.>

Warni, S. (2021). 5 Penyebab Utama Kegagalan Produk dan Cara Mengatasinya. *Zahirraccounting.Com*. Retrieved October 29, 2022, from <https://zahirraccounting.com/id/blog/alasan-utama-sebuah-produk-baru-gagal/#3-produk-yang-kurang-dibutuhkan-konsumen>.

Widjajanti, K., Prihantini, F. N., dan Wijayanti, R. (2022). Sustainable Development of Business with Canvas Business Model Approach: Empirical Study on MSMEs Batik Blora, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, Vol. 17, No. 3, 1025-1032.

Woodruff, R., B. (1997). Customer Value : The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25, No. 2, 139 – 153.

Yin, R. (2003). *Studi Kasus, Desain, dan Metode*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.