

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, S. D. (2017, Desember 18). *Design Thinking*. (Binus University School of Information System) Retrieved Mei 15, 2019, from People Innovation Excellence: <https://sis.binus.ac.id/2017/12/18/design-thinking-2/>
- APJII. (2017). *BULETIN APJII EDISI 22 - Maret 2018*. Jakarta: APJII.
- Apjii. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from Apjii.or.id: <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Bagindo, M., Sanim, B., & Saptono, I. T. (2016). Model Bisnis Ekowisata di Taman Nasional Laut Bunaken dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Manajemen IKM, Februari 2016 (80-88) ISSN 2085-8418*.
- Baldassarre, B., Calabretta, G., Bocken, N., & Jaskiewicz, T. (2017). Bridging sustainable business model innovation and user-driven. *Journal of Cleaner Production*, 175-186.
- Barokah, B. A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas & SWOT (Studi Kasus Pada CV Sarana Cipta Sandang. *Universitas Telkom*.
- Berliandie, R. (2018). *Validasi Proposisi Nilai Untuk On-Demand Mobile Service (ODMS) Menggunakan Javelin Board Studi Kasus: Layanan Binatu*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- BPS. (2016, 12 22). *Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 1997 -2013*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/30/1322/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997--2013.html>
- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- DailySocial. (2017). *Laporan DailySocial: Survey Instant Messaging 2017*. Jakarta: DailySocial.
- Dewobroto, W. S. (2013). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar. *Jurnal Teknik Industri, ISSN:1411-6340*.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Zendry, C. (2015). *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil & Mikro (cetakan Kesatu)*. Bandung: Alfabeta.
- Dijkmana, R., Sprenkels, B., Peeters, T., & Janssen. (2015). Business Models for Internet of Things. *International Journal of Information Management*.

- Dudin, M. N., Lyasnikov, N. V., Leont'eva, L. S., Reshetov, K. J., & Sidorenko, V. N. (2015). Business Model Canvas as a Basis for the Competitive Advantage of Enterprise structures in the Industrial Agriculture. *Biosciences Biotechnology Research Asia*.
- Dudin, M. N., Kutsuri, G. N., Fedorova, I. J., Dzusova, S. S., & Namitulina, A. Z. (2015). The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting. *Asian Social Science; Vol. 11, No. 7; 2015*.
- Effendy, A. Y., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No 2, 1-8*.
- Fajar, M. (2016). *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farisi, R. A. (2013). *Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Glinski, P. (2012). Design Thinking And The Facilitation Process. *Collaborative Design Workshop*.
- Gray, D. (2017, 7 18). *Update to the Empathy Map*. Retrieved from gamestorming.com: <https://gamestorming.com/update-to-the-empathy-map/>
- Gray, D. (2017, 7 15). *Updated Empathy Map Canvas*. Retrieved from Medium.com: <https://medium.com/the-xplane-collection/updated-empathy-map-canvas-46df22df3c8a>
- Indah, D. P., & Wilopo. (2017). Pengembangan Value Proposition dalam pembentukan strategi Pemasaran (studi kasus pada: PT Suryaraya Nusatama Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017*.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kompas.com. (2017, 09 16). *UMKM Jadi Sektor Strategis untuk Perangi Kemiskinan*. Retrieved from Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/16/081500826/umkm-jadi-sektor-strategis-untuk-perangi-kemiskinan>
- Kontan.co.id. (2018, 10 5). *Jumlah pelaku UMKM di 2018 diprediksi mencapai 58,97 juta orang*. Retrieved from Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>
- Kristensen, H. S., & Remmen, A. (2019). A framework for sustainable value propositions in product-service. *Journal of Cleaner Production, 25-35*.
- Mahaperdana, K. R. (2019). *Mengembangkan Proposisi Nilai Untuk Perusahaan Catering Online (Studi Kasus: Eatever Indonesia)*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Makmur, & Thahier. (2015). *Inovasi dan Kreativitas Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Manajemen, T. P. (2012). *Business model canvas : penerapan di Indonesia*. Jakarta: PPM.

- Marketeters. (2012, 7 3). *12 Inovasi Agar Bisnis Sustainable*. Retrieved from Marketeters: <http://marketeters.com/12-inovasi-agar-bisnis-sustainable/>
- medium.com. (2016, 3 4). *Mengenal Customer Journey Map*. Retrieved from medium.com: <https://medium.com/@UX101/mengenal-costumer-journey-map-afcf1ed41a9a>
- Mohammad, R. K. (2015). Analisis Model Bisnis BMT Kanindo Syariah Jatim Dengan Menggunakan Business Model Canvas. *Universitas Airlangga*.
- Mulyani, R. C. (2017). *Perumusan Proposisi Nilai Konsultan Arsitektur PT D*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Murti, N. W. (2019). *Analisis Profil Konsumen Untuk Pengembangan Aplikasi Indeks Dengan Pendekatan Desain Proposisi Nilai*. Bandung: Universitas Telkom.
- Nadhifah, A. (2018, 5 9). *Hal-Hal yang Perlu Kamu Ketahui tentang Customer Journey dan Pemetaannya*. Retrieved from Techinasia: <https://id.techinasia.com/mengapa-customer-journey-mapping-penting>
- Osepharia, A. A. (2018). Analisis Model Bisnis Pada Armor Kopi Bandung Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *Universitas Telkom*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Permadi, B., Nurmalina, , , & Kirbrandoko. (2015). Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas CV Kandura Keramik Bandung. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Vol 14 No 1, 2016*.
- Permana, D. J. (2013). Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas Untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru. *Faktor Exacta 6(4): 309-319, 2013*.
- Powell, T. H., & Hughes, M. (2016). Exploring Value as the Foundation of Value Proposition Design. *Journal of Business Models (2016), Vol. 4, No. 1, pp. 29-44, 29-44*.
- Prastiwi, M. N., Willopo, & Sanawiri, B. (2018). Analisis Value Proposition Dalam Mencapai Product-Market Fit Di Pasar Perdagangan Digital Indonesia (Studi Pada Agen TAPP Market Indonesia Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 64 No 1*.
- Prayogo, Y. R., & Liliani. (2017). Evaluasi Value Proposition Pada Perusahaan Sambal Noesantara. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2 Nomor 5*.
- Priyono, F. (2015). Analisa Penerapan Business Model Canvas Pada Toko Moi Collection. *AGORA Vol. 3, No. 2, (2015)*.
- Purnomo, D. (2013). Konsep Design Thinking Bagi Pengembangan Rencana Program dan Pembelajaran Kreatif dalam Kurikulum Berbasis Kompetensi. *Konferensi Nasional (p. 2)*. Bogor "Inovasi dan Technopreneurship": IPB International Convention Center. Retrieved Mei 15, 2019, from

<http://biofarmaka.ipb.ac.id/biofarmaka/2013/KNIT%202013%20-%20Full%20Paper%20of%20Dwi%20Purnomo.pdf>

- Putra, G. T., & Harijanto, R. (2015). The Impact Of Customer Value Proposition Towards Purchase Intention Of Chesa Cup. *iBuss Management Vol. 3, No. 2, (2015)*, 241-251.
- Putra, M. S. (2018). Analisis Perencanaan Peluang Bisnis Ritel Konstruksi Dengan Menggunakan Pendekatan Kanvas Proposisi Nilai (Studi Pada Ritel Sumber Rizqie Abadi). *Universitas Telkom*.
- Racman, R. (2015). Perancangan Model Bisnis Rumah Warna Ke Dalam Bisnis Model Kanvas Menggunakan Peta Empati . *Universitas Telkom*.
- Rundupadang, R. (2018). Perancangan Unified Modeling Language Untuk Rekomendasi Proses Bisnis Berdasarkan Business Model Canvas Di Geoff Max Bandung. *Universitas Telkom*.
- Sambayu, G. Y. (2018). Penerapan Business Model Canvas Sebagai Strategi Usaha Bisnis Pada Usaha Bidang Kuliner. *Universitas Lampung*.
- Satar, N. S., Ma'arif, M. Y., & Dastane, O. (2019). Customer Value Proposition for E-Commerce: A Case Study Approach. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 454-458.
- Sebastian, Y. (2015). *Biang Inovasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti. (2016). *Manajemen Strategi*. Bandung: Rafika Aditama.
- Steve, B., & Bob, D. (2012). *The Startup owner's Manual (terjemahaan Indonesia)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Peneliiian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Suryaba. (2006). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Edisi Revisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tamamudin. (2012). Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian Vol. 9, No. 2 November 2012*, 283-300.
- Techinasia. (2018, 6 5). *Product/Market Fit: Apa dan Bagaimana Cara Mendapatkannya*. Retrieved from Techinasia: <https://id.techinasia.com/product-market-fit>
- Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Sugiharto. (2018). Business Model Canvas as a Solution for Competing Strategy of Small Business in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*.
- Walsh, B. (2009). *The Web Startup Guide*. New York: Apres.

- Wijaya, J., & Liliani. (2016). Evaluasi Value Proposition Perusahaan Conresca. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, nomor 4*.
- Zolnowski , A., Weiß , C., & Böhmman, T. (2014). Representing Service Business Models with the Service Business Model Canvas -- The Case of a Mobile Payment Service in the Retail Industry. *IEEE*.