

DAFTAR PUSTAKA

Adzwin, M dan Anggadwita, G. (2016). Analisa Pengembangan Produk Baru Berbasis Teknologi pada Rintisan Usaha Wallts (Start Up). *e-Proceeding of Management*, 3(3), 2734-2741.

https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/121528/jurnal_eproc/analisa-pengembangan-produk-baru-pada-rintisan-usaha-wallts-start-up.pdf

Alkurni, W dan Zuliarni, S. (2014). Analisis Proses Pengembangan Produk Baru dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus pada MM Cake & BakeryPekanbaru). *JOMFISIP*, 1(2), 1-15.

<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/3212/3112>

Dharmawan, Y. (2005). *Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada Perusahaan Tekstil PT "X" di Bandung.*

<http://repository.maranatha.edu/7343/>

Fajrina, F.N. Yamit, Z. 2022. Pengaruh Inovasi Produk, Desai Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Maybelline di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 131-142.

https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKCdFwGZdkCasrAHfLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzIEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1687652848/RO=10/RU=http%3a%2f%2fjournal.uui.ac.id%2fselma%2farticle%2fview%2f24660/RK=2/RS=Gx2wsSSaXXy75M0CcbyJ1JNIdE-

Hapsari, F.A. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Kripik “Budi Jaya” Probolinggo. *Jurnal Manajemen Dan PenelitianAkuntansi*, 13(2), 79-86.

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=5GjgAdIAAAAJ&citation_for_view=5GjgAdIAAAAJ:u-x6o8ySG0sC

- Hartanto, B.W. Subagyo. 2018. Kerangka Kerja Perencanaan Pengembangan Produk Sebagai Peningkatan Daya Saing Industri Kecil Menengah. *Jurnal Teknosains*, 8(1), 1-88. https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKBwqcGZdklX4tuiuLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1687652893/RO=10/RU=https%3a%2f%2fjurnal.ugm.ac.id%2fteknosains%2farticle%2fdownload%2f35574%2f23446/RK=2/RS=G5oYSxYHbxgzaortsm5cpiVeIyw-
- Karmudji. (2017). Pengembangan Produk Baru untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Produk Buku Agama di Surabaya. *Artikel Ilmiah*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. http://eprints.perbanas.ac.id/6327/7/KARMUDJI%20CS.E_11086_ARTIKEL%20ILMIAH.pdf
- Kotler, P. Keller K.L. (2009). Manajemen pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Machyudi, Y. 2009. Pengaruh Biaya Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan pada CV. Panamas Ligar Perkasa Rajapolah Tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi FE Unsil*, 4(1), 596-593. https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA1FIGJdkQ6csf6_LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1687652581/RO=10/RU=https%3a%2f%2fimanph.files.wordpress.com%2f2009%2f02%2fyudi-jadi2.pdf/RK=2/RS=qPk7_RYKRU_SxzzFwKxU8C8hBBY-
- Mutiara, A. (2018). Peranan Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Isty Hijap Jepara. <http://repository.iainkudus.ac.id/2156/>
- Nailuvary, S. Mustika, H. Sukidin. 2020. Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185-193. https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA1HXGJdkQ1otlijLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1687652695/RO=10/RU=https%3a%2f%2fjurnal.unej.ac.id%2findex.php%2fJPE%2farticle%2fview%2f11872/RK=2/RS=VktBN_I5XyZUC3Jbl8vRqlTbTy8-

- Nuraeni, A. Fauziah, T. 2016. Ubi jalar sebagai salah satu alternative pengembangan produk snack. *Jurnal Sains Terapan*, VI,6(1), 94-107.
https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKAVXdGZdkaL0tBg7LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1687652957/RO=10/RU=https%3a%2f%2fjournal.ipb.ac.id%2findex.php%2fjstsv%2farticle%2fdownload%2f30576%2f19718%2f/RK=2/RS=vXk1kpUoIUBloBdcxGAWxrXwW3o-
- Pradana, A.P.A dan Permatasari, I.R. (2018). Pengaruh Saluran Distribusi dan Pengembangan Produk terhadap Volume Penjualan pada Industri Kecil Songkok di Desa Bungah Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 161-165.
- Rahmah, M. (2017). Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam. *Konferensi Internasional Tentang Cakrawala Baru Dalam Humaniora*, 6–18.
<http://repository.radenintan.ac.id/252/>
- Salim & Syahrums. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Citapustaka media.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d. Bandung: Alfabeta.
- Widiana, M.E. (2009). Pengembangan Produk dan Harga untuk Meningkatkan Volume Penjualan PT “X” di Sidoarjo. *Jurnal Magister Manajemen Ubhara*, 1(1), 1-64.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90.
<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Wijaya, W.S dan Mustamu, R.H. (2013). Analisis Pengembangan Produk pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya. *AGORA*, 1(1), 1-10.
<https://www.neliti.com/publications/35998/analisis-pengembangan-produk-pada-perusahaan-tepung-terigu-di-surabaya>
- Wijaya, T. Maghfiroh, A. 2018. Strategi Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Daya

Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” di Binakal Bondowoso).
Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, 2(1), 87-98.
https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1WTG9GZdkLWkt2SzLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1687652925/RO=10/RU=https%3a%2f%2fejournal.unuja.ac.id%2findex.php%2fprofit%2farticle%2fdownload%2f563%2f386/RK=2/RS=8nDzY5oFbmsvJOO.n8QmybEt9ws-

