

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R., dan Anggoro, Y. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis : Teori, Praktek, dan Evaluasi*. Malang: Tim AE Publishing.
- Ahn, J., & Back, K. J. (2019). Cruise brand experience: functional and wellness value creation in tourism business. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 2205–2223.
- Alamri, W. (2019). Effectiveness of Qualitative Research Methods: Interviews and Diaries. *International Journal of English and Cultural Studies*, 2(1), 65-70.
- Angelia, D. (2022). *Indonesia Jadi Salah Satu Negara dengan Konsumsi Cokelat Terbanyak di Dunia*. <https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-konsumsi-cokelat-terbanyak-2021-indonesia-tertinggi-di-asia-8Vlce>.
- Anonim. (2023). Yogyakarta Kota Terbaik Tujuan Wisata Berdasar Survei GoodStats. <https://visitingjogja.jogjapro.go.id/40112/yogyakarta-kota-terbaik-tujuan-wisata-berdasar-survei-goodstats/>
- Anugerah, D., & Setyorini, R. (2020). The Effect of Value Proposition on Buying Interest (Study in PT Nilon Indonesia Utama 2020). *e-Proceeding of Management*, 7(2), 4166-4173.
- Arsyad, M., Mujahidin, I., Rahmatullah, R., & Nuddin, A. (2023). *Monograf Kelembagaan Produksi Kakao*. Makassar: Unhas Press.
- Asiani, F. (2020). *Persuasive Copywriting: Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Bantara, B. (2024). *Strategi Abu-Abu: Cara Licik Menjual Lebih Banyak*. Jakarta: Bagas Bantara.
- Budiarto, Y. & Izzulhaq, A. (2020). *Kurikulum Facebook Bisnis: Panduan Lengkap Iklan Facebook, Instagram, Copywriting, dan Online Marketing*. Semarang: Pilar Nusantara.
- Cook L.R & Measuring E.H. (1982). *Chocolate Production and Use*. New York: Harcourt Brace Evanovich, Incorporation.
- Darmawan, D., Genua, V., Kristianto, S., Murdaningsih., & Hutubessy, J. (2020). *Tanaman Perkebunan Prospektif Indonesia*. Pasuruan: Qiara Media.
- Darsana, I., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A., Bahri, K., Amir, N., Jamil, S., Nainggolan, H., Anantadajaya, S., dan Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bali: Intelektual Manifes Media.

- Diah, M., Firmansyah, D., & Safrina, E. (2023). Value Proposition Analysis of Consumers Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi*, 12(1), 618-622.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Effendy, A & Kunto, Y. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-8.
- Febrianty, Divianto, Ichdan, D., Muhammad, & Sentanu, I. (2023). *Manajemen Layanan: Memahami Siapa yang Sebenarnya Butuh*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- FoEh, J. (2020). *Perencanaan Bisnis (Business Plan): Aplikasi Dalam Bidang Sumberdaya Alam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS versi 19*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D., Pratiwi, A., Arfah, Y., dan Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harijanto, R. (2023). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Evolene Whey Protein* dengan *Customer Value Proposition* Sebagai Varial Intervening. *Junal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 1-11.
- Hartanto, B. & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Herjanto, E. (2009). *Sains Manajemen: Analisis Kuantitatif Untuk Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Grasindo.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A. (2021). *Menyusun Intrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Hidayat, T. (2020). Analisi Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95-105.

- Laboko, A., & Nurhafsah. (2021). *Mutu Komponen Aktif Minuman Instan kakao dengan Penambahan Curcuma Xanthorrhiza Roxb.* Gorontalo: Cahaya Arsh Publisher.
- Liana, D. (2020). Menelisik Dampak Turunnya Daya Beli Masyarakat. *Buletin APBN*, 5(17), 1-6.
<https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/kajian/file/kajian-148.pdf>
- Mahina, G., Hasun, F., dan Pulungan, M. (2023). Perancangan Model Bisnis Usaha Kuliner Pick.Up Yu Menggunakan *Business Model Canvas*. *e-Prociding of Engineering*, 10(6), 5267-5274.
- Muhtadi, M. A. (2022). Analisa Pengaruh Consumption Values dan Trust Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Healthy Fast Food. *ULTIMA Management*, 14(1), 169–182.
- Noor, J. (2020). *Manajemen Strategi Konsep dan Model Bisnis*. Banten: La Tansa Mashiro Publisher.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nuraisyah, A., Ma'arif, M., Widhasari, O. (2019). Value Proposition Canvas Design for Herbal Tea Product BEETEA. *Proceedings of The First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium (ABEATS 2019)*, 141, 131-132.
- Ongliani, F., Mustikarini, C., dan Indudewi, F. (2018). Analisis Value Proposition pada Ayam Geprek Pondok Pedas. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(3), 335-344.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Pokorna, J., Pilar, L., Balcavrova, T., and Sergeeva, I. (2015). Value Proposition Canvas: Identification of Pains, Gains, and Customer Jobs at Farmers' Markets. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, 8(4), 123-130.
- Putra, G & Harijanto, R. (2013). The Impact of Customer Value Proposition Towards Purchase Intention of Chesa Cup. *iBuss Management*, 3(2), 241-251.
- Purnomo, A. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Ramadhani, R. & Bina, N. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Prenada Media.

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, P. (2023). *Ragam Konsumen Cokelat dan Permen Indonesia*. <https://goodstats.id/article/ragam-konsumen-coklat-dan-permen-indonesia-s010Q>
- Rinaldi, B. (2022). *Keberhasilan Cokelat nDalem dalam Mengangkat Nilai Keunggulan Variasi Cokelat Khas Indonesia*. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/keberhasilan-coklat-ndalem-dalam-mengangkat-nilai-keunggulan-variasi-cokelat-khas-indonesia#google_vignette
- Rintmaki, T., Kuusela, H., & Mitronen, L. (2007). Identifying Competitive value proposition in retailing: Managing Service Qualit. *Internation Journal*, 17(6), 621–634.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangudi, Pribadiyono, & Khuzaini. (2021). *Menguji Strategi Korporat Studi Kasus Resource Based View Theory Perum Perhutani BUMN*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Saputra, D., Listyningrum, N., Leuhoe, Y., Apriani, Asnah, Rokhayati, T. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Bandung: Feniks Muda Sejahtera.
- Sari, C. (2017). *Teknik Mengelola Produk dan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sawlani, D. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Shafi, F., Reshi, M., Aiman., & Bashir, I. (2018). Chocolate Processing. *International Journal of Advanced Biological Research*, 8(3), 408-419.
- Siegemund, C. (2008). *Blue Ocean Strategy for Small and Mid-Sized Companies in Germany: Development of a Consulting Approach*. Jerman: Verlag GmbH.
- Siyoto, S., dan Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suhartanto, D., Amalia, F., Najib, M., dan Arsawan, I. (2023). *Metode Riset Bisnis: Dasar-dasar Medesain dan Melakukan Riset di Konteks Bisnis*. Ponorogo: Penerbit Uwais Inspirasi Indonesia.

- Sujani dan Arif, M. (2019). Perancangan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy* untuk *Scale Up* usaha Pengrajin Alas Kaki Sooko Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 15(2), 217-230.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. Jakarta: UNJ Press.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value :The development of multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(3), 203–220.
- Tamrin. (2023). *Katekin Biji Kakao (Antioksidan untuk Pangan Fungsional dan Penurunnya dalam Proses Pengolahan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tasha, T., Hasun, F., dan Aurachman, R. (2021). Evaluasi dan Perancangan Model Bisnis Barokah Home Industry Menggunakan Kanvas Model Bisnis. *e-Prociding of Engineering*, 8(5), 6914-6927.
- Theodora, A. (2024). *Ekonomi RI Mulai Lesu, Konsumsi Tumbuh tetapi Rapuh*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/11/07/ekonomi-ri-melambat-konsumsi-tumbuh-tetapi-rapuh>
- Theodora, A. (2024). *Konsumsi Masyarakat Melemah, Tanda Ekonomi Tidak Baik-Baik Saja*. https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/02/06/konsumsi-warga-melemah-ekonomi-tidak-baik-baik-saja?status=sukses_login%3Fstatus_login%3Dlogin&status_login=login
- Tomi. (2021). *Belanja Wisatawan di DIY Anjlok Akibat Pandemi*. <https://www.krjogja.com/yogyakarta/1242502068/belanja-wisatawan-di-diy-anjlok-akibat-pandemi>
- Yudhatama, I., Septiari, R., dan Galuh, H. (2023). *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 6(2), 311-318.
- Watanabe, E., Alfinito, S., Curvelo, I., & Hamza, K. M. (2020). Perceived value, trust and purchase intention of organic food: a study with Brazilian consumers. *British Food Journal*, 122(4).