

DAFTAR PUSTAKA

- Binus business school. (2018). *Minimum viable product (mvp) sebagai strategi pengembangan produk*. Binus university.
- David, f. R., & david, f. R. (2017). *Strategic management: a competitive advantage approach, concepts and cases*(16th ed.). Pearson.
- Direktorat jenderal kekayaan intelektual. (2025). *Pangkalan data kekayaan intelektual*. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id>
- Handayani, s., & putra, r. (2023). Competitive advantage pada umkm sektor food and beverage. *Jurnal riset manajemen sains indonesia*, 14(1), 52–67.
- Indonesia matcha market. (2024). *Indonesia matcha market report 2024*.
- Indonesia research institute. (2026). *Indonesia food & beverage trend report 2026*.
- Jannah, n., dkk. (2024). Strategi pengembangan usaha pada industri makanan dan minuman di indonesia. *Jurnal manajemen bisnis indonesia*, 9(1), 45–58.
- Kementerian kesehatan republik indonesia. (2023). *Pedoman konsumsi gula, garam, dan lemak serta penerapan gaya hidup sehat*. Kementerian kesehatan ri.
- Kotler, p., & keller, k. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson education.
- Matcha cafe market research. (2024). *Global matcha cafe market report 2024*.
- Osterwalder, a., & pigneur, y. (2010). *Business model generation*. John wiley & sons.
- Populi adiwijaya, z., & santoso, b. (2022). Pengaruh consumer behavior terhadap keputusan pembelian minuman kekinian. *Jurnal manajemen bisnis*, 19(2), 115–128.
- Porter, m. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard business review, 86(1), 78–93.
- Prasetyo, a., & nugroho, d. (2022). Analisis perilaku konsumen terhadap minuman berbasis teh di indonesia. *Jurnal manajemen pemasaran*, 16(1), 30–42.
- Rahmawati, n., & wibowo, a. (2023). Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada industri minuman kekinian. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 11(3), 201–214.
- X. (2023). *Laporan tren perilaku konsumen indonesia 2023*. Populix