

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker D. (2014). *Building Strong Brands*, terj. A. Baderi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270-279
- Alma, B. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Amirullah. (2015). *Populasi dan Sampel (Pemahaman, jenis dan teknik)*. Malang: Bayumedia Publishing, Dosen STIE Indonesia Malang.
- Angellina, D. K., & Supriono. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tark Iklan Terhadap *Kesadaran merek* serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49 (2), 103-111.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Artanti, Y., & Yusdia, P. (2011). Pengaruh Faktor-Faktor Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen POP MIE Di Supermarket Giant Wiyung, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3 (2), 157-171.
- Astuti, M., & Nurhafifah, M. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Azwar, S. (2000). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukuran*. Yogyakarta: Liberty.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2019). *Profil Industri Mikro Kecil Provinsi DKI Jakarta*. Jakarta: BPS.

- Candrianto. (2022) *Keselamatan dan Kesehatan Kerja Logistik*. Jawa Barat: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design, Qualitatives, Quantitative, and Mixed Methods Approcahes*, United State Of America: Sage Publicatons, Foruth Edition.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik.
- Dharmawati, M. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha, Kecil & Menengah. (2022). *Renstra Dinas PPKUKM 2020-2022*. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- Eagle, L., Dahl, S., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F., Tapp, A. (2013). *Social Marketing*. Pearson Prentice Hall:London
- Eliasari, P. R. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh kesadaran merek terhadap minat beli dimediasi oleh perceived quality dan brand loyalty. E-Jurnal Manajemen Unud, 6(12), 6620-6650.
- Ernawati, N., & Indri, F. S. (2018). Analisis Kesadaran Merek Minuman Isotonik Di Kota Bandung. *Jurnal Ekubis*, 3 (1), 47-65.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Deepublish.
- Gima A. S., Emmanuel, F. S., & Bau, P. (2017). Pengaruh Kemasan Kewajaran Harga dan Kesadaran merek Terhadap Bran Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17 (1), 1-14.

- Hair, Jr., Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) an emerging tool in business research*. *European Business Review*, (26) 2, 106-121.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Handayani, H. (2017). Pengelompokan Industri Mikro dan Kecil Di Indonesia Menggunakan Kohonen Self Organizing Maps (SOM). *Seminar Nasional dan The 4th Call For Syariah Paper* dengan judul: Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggulangan Korupsi, 215-225.
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh atribut kemasan makanan dan karakteristik konsumen terhadap pembelian. *Agriekonomika*, 6(1), 72-85.
- Hunt, S. D. (1995). *The resource-advantage theory of competition: Toward explaining productivity and economic growth*. *Journal of Management Inquiry*, 4(4), 317-332.
- Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1995). *The comparative advantage theory of competition*. *Journal of marketing*, 59(2), 1-15.
- Ivanko, B., & Tunjungsari, H. K. (2018). Pengaruh kemasan terhadap minat beli masyarakat dengan kualitas sebagai variabel mediasi pada produk “Legit”. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(6).
- Johar, A. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindu.
- Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kaihatu T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Keni, K. (2020). Pengaruh Kemasan, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal (The Effect Of Kemasan, Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions On Local Brand Fashion). *Derema (Development Research Of Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 244-256.
- Klimchuk, M. R., & Sandra, A. K. (2007). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, Jilid. 1.
- Kotler, P & Keller K. L, (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Medi
- Kusumasari, A. D., & Supriono, S. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Kesadaran merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Kurniawan, H., & Farida, I. (2018). Pengaruh Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk dan Perceived Value Terhadap Minat beli Pada Motor Kawasaki Ninja 250 di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7 (4), 1-13.
- Ma'ruf, A. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mpo Nini. (2015). *Mpo Nini Oleh-Oleh Khas DKI Jakarta*. Retrieved from <https://mpoknini.co.id/tentang-kami>

- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48-54.
- Mukhtar, S., & Muhammad, N. (2015). Peranan Kemasan Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8 (2), 181-191.
- Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*, Jakarta: Kencana.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.
- Noor, M. (2015). *Memotret Data Kuantitatif (Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. Semarang: CV. Duta Nusindo.
- Nugroho, J. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembei dan Pengguna Kartu Perdana Simpati Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 dan 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Univesitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34 (1), 138-147.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: Rajawali Pers.

- Priyanto, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Priyatno, D. (2010). *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 19*. Yogyakarta: ANDI.
- Purwianti, L., & Tommt, R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat beli Pada Pengguna Smartphone di Batam. *Jurnal Manajemen Marantha*, 18 (1), 41-56.
- Rangkuti, R. R., & Sulistyawati, E. (2014). *Pengaruh Social Influence dan Lifestyle terhadap niat membeli pada Carrefour* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rezqiana, A. N. M. (2021, 10 20). *Kompas*. Dilansir dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/10/20/17161091/pemprov-dki-jakarta-dorong-perkembangan-umkm-lewat-program-jakpreneur?page=all>
- Rofiq, A. D. (2013). Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Fakultas Pendidikan Teknik*, XX (1), 82-92.
- Rosner, M. K., & Sandra, A. K. (2007). *Desaian Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Salman, H., & Muhammad, A. (2022). Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, dikutip melalui statistik.jakarta.go.id.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, Edisi Revisi.
- Setiawati, M., & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh promosi dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk chitato yang dimediasi oleh kesadaran merek. *Manajemen Bisnis Kompetensi*.
- Siahaan, H., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat Kesadaran merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung). *Proceeding of Management*, 3 (1), 497-505.

- Simon, P., & Tjokrosaputro, M. (2018). Pengaruh Kesadaran merek, Perceived Quality Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Produk Tolak Angin. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(5).
- Solomon, M. R. (2007), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 7th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Sundayana, R. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kenacana, P. K. D. (2017). Pengemasan pangan kajian pengemasan yang aman, nyaman, efektif dan efisien. Udayana University Press, 1–178.
- Sugiama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Kesadaran merek Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1-14.
- Sugiarto D. Durianto Dan Sitinjak T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.

- Suharyadi & Purwanto. (2004). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Susetyarsi, T. H. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dar Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan Pda Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4 (3), 19-28
- Syofian, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitaif*. Jakarta: PT. Fajar, Interpratama Mandiri.
- Tafiprios, & Rani, A. (2015). Evaluasi Desain Kemasan, Popularitas Merek dan Budaya Konsumen Terhadap Citra Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1 (3), 1-13.
- Viva, B. K. Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit Dari Pandemi Covid-19, dalam *databooks.katadata.co.id*, pada 31-3-2022, diakses pada: 19-Maret-2022.
- Willy, W., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh kemasan produk dan rasa terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian pelanggan minuman energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 65-74.
- Winarsunu, T. (2006). *Statistik Daam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.