

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A., Kanthi, Y.A. & Aminah, S. (2022). *Metodologi Penelitian Ilmiah Dalam Disiplin Ilmu Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Adiwijaya, M. (2013). *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ahmad, M.A., Hartini, S., Premananto, G.C. Abbas, A., Widjaja, A. & Melinda, T. (2022). Cognitive And Social Psychological Drivers Of Private Label Brands Purchase Behavior. *Journal of Positive School Psychology*, 6(6), 9919-9940.
- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Bantul: Anak Hebat Indonesia.
- Aji, F. & Anggapuspa, M. (2022). Redesain Kemasan Jenang Kelapa Muda Abdoel Chakim Khas Jombang. Barik. *Jurnal Barik*, 4(2), 131-145.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2017). *Packaging the Brand: The Relationship Between Packaging Design and Brand Identity*. London: Bloomsbury Publishing.
- Ardyani, N.P., Gunawan, B. & Harahap, J. (2022). Ekologi Politik Budidaya Singkong Di Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *Journal Aceh Anthropological*, 6(2), 137-151. Doi: <https://doi.org/10.29103/aaj.v6i2.8040>.
- Arslan, Y. (2019). *Improving Marketing Strategies for Private Label Products*. Turkey: IGI Global.
- Astuti, M. & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*. Sleman: Deepublish.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2018). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan*. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan RI.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Perguruan Tinggi, Dosen, dan Mahasiswa2 (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Menurut Provinsi, 2022*. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023 pukul 12:00 WIB.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan dan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas), 2022*. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023 pukul 12:00 WIB.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Makanan Lainnya Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas), 2018-2022*. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada tanggal 1 Desember 2022 pukul 12:10 WIB.

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Umbi-Umbian Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas), 2018-2022*. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada tanggal 1 Desember 2022 pukul 12:20 WIB.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Rata-Rata Konsumsi Perkapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2022*. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada tanggal 1 Desember 2022 pukul 12:00 WIB.
- Chitturi, R. Londono, J.C. & Henriquez, M.C. (2021). Visual design elements of product packaging: Implications for consumers' emotions, perceptions of quality, and price. *Color Research & Application*, 47(3), 729-744. Doi: <https://doi.org/10.1002/col.22761>.
- DataIndonesia.ID. (2023). *Jumlah Toko Retail Indonesia Mencapai 3,98 Juta pada 2022*. [www.dataindonesia.id](http://www.dataindonesia.id). Diakses pada tanggal 30 Juli 2023 pukul 12:00 WIB.
- Deatami, N.M. & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Iklan dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Konsumen Sariayu di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 141-151.
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Journal Empowerment Society*, 2(2), 15-22. Doi: <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>.
- Fajrah, N. & Sumantika, A. (2022). Pengembangan Produk Keripik Singkong Industri Rumah Tangga terhadap Analisis Perspektif Konsumen. *Jurnal SNISTEK*, 4(1), 558-563.
- Febriani, E., Yojana, R.M., Hetharia, D. & Ramburg, R.A. (2022). Perancangan logo produk pada usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(3), 376–386. Doi: <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i3.15003>.
- Febriani, R. & Khairusy, M, A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga dan Desain Produk yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Shopee (Studi pada Konsumen Serang Banten). *PROGRESS: Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 91- 110. Doi: <https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>
- Foster, D., Reyta, F., Johansyah, M.D., Nadeak, B. & Sormin, E. (2020). Peranan Desain Kemasan dan Branding Dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan. *Jurnal Comunita Servizio*, 2(2), 479-485. Doi: <https://doi.org/10.33541/cs.v3i1.2898>.
- Ghefira, Q., Priyanto, E. & Amir, I.T. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Merek

- Indocafe di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 99-107. Doi: <http://dx.doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2878>.
- Gomez-Suarez, M. & Martinez-Ruiz, M.P. (2016). *Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovering Economy*. Pennsylvania: IGI Global.
- Gunaratne, N.M., Fuentes, S., Gunaratne, T.M., Torrico, D.D., Francis, C., Ashman, C., Viejo, C.G. & Dunshea, F.R. (2019). Effects of packaging design on sensory liking and willingness to purchase: A study using novel chocolate packaging. *Heliyon*. 5(6), e01696. Doi: <https://www.doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01696>.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Guswai, C.F. (2013). *How to Operate Your Store Effectively Yet Efficiently 2nd Edition*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A.A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Idztihar, A.S., Arumsari, A., Ummah, F., Supriatna, A. & Cahyanto, T. (2023). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Kemasan Yang Tidak Memiliki Sertifikasi Label Halal. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 17-24. Doi: <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i3.853>
- Istianah, R. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh. *Irama: Jurnal Seni dan Desain Serta Pembelajarannya*, 4(1), 33-44. Doi: <https://doi.org/10.17509/irama.v4i1.49133>.
- Kapirossi, B. & Probowo, R.E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1). 66-73. Doi: <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>.
- Kurniasari, A., Pauzy, D.M. & Lestari, S.P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Citra Merek (Survei Pada Konsumen Produk Camilan Baby Fish Crispy Mr.O Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management*, 3(2), 749-758. Doi: <https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.927>.
- Kusuma, P.P.D., Ekawati, N.W. & Yasa, N.N.K. (2022). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli*. Klaten: Lakeisha.
- Kusumawati, D.N.I., Kusmah, W.I. & Wibisono, R.W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisionallemperberbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *JURNAL NAWALA VISUAL*, 4(1), 41-49. Doi: <http://www.doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>.

- Lamlie, S.K., Situmeang, R.R., Stevany, S. & Natalie. (2023). Pengaruh Kemasan, Brand Image, Dan Harga Terhadap Pembelian Kosmetik Mustika Ratu Pada PT. Liandi Prima Abad. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2498-2502. Doi: <https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.1382>.
- Leony, J., & Yuwono, E.C. & Yusuf, V. (2022). Analisis Perancangan Kemasan Produk “Cooked by Yuna” Sebagai Makanan Khas Sulawesi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(1), 121-131.
- Listiani, T. & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Transaksi dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal EMAS*, 3(1), 50-58.
- Ma, X., Zhuang, X. & Ma, G. (2020). Transparent Windows on Food Packaging Do Not Always Capture Attention and Increase Purchase Intention. *Front. Psychol*, 11, 593690. Doi: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.593690>.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Murdiati, A. & Amaliah. (2013). *Panduan Penyiapan Pangan Sehat Untuk Semua*. Jakarta: Prenada Media.
- Nabila, I.N. & Feranita, N.V. (2022). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tempe Asri Rahmat Di Pasar Kecamatan Panti. *MAJALAH ILMIAH CAHAYA ILMU*, 4(1), 69-85. Doi: <https://www.doi.org/10.37849/mici.v4i1>.
- Najib, M.F., Februadi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C.M. & Nuryati, N. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56-64. Doi: <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>.
- Naufalina, F.E. (2020). Peranan Utama Pada Anyaman Bambu Sebagai Kemasan Telur Asin Brebes. *Jurnal ATRAT*, 8(2), 195-202. Doi: <http://dx.doi.org/10.26742/atrat.v8i2>.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Nugroho, F. & Listi Prambodo, Y. (2022). Pelatihan Penggunaan Canva pada Desain Kemasan Produk bagi Komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(2), 28-35.
- Nugroho, K.C., Fatoni, I. & Meidiantoro, N. (2022). *Panduan Praktis Penyusunan Sertifikasi untuk UMKM Olahan Pangan*. Bogor: IPB Press.
- Nursaimatussaddiya. & Cen, C.C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional

- Pambudi, B. & Marlien, R.A. (2021). The Effect Of Store Image, Risk Perception, And Price Perception On Consumer Buying Interest In Private Label Products (Study On Alfamart Gringsing Customers In Batang Regency). *Jurnal Fokus Ekonomi*, 16(2), 407-423. Doi: <https://doi.org/10.34152/fe.16.2.407%20-%20423>.
- Pangestu, L., Fauziyah, E & Triyasari, S.R. (2022). Preferensi Konsumendalam Membeli Keripik Singkong di Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan. *Jurnal AGRISCIENCE*, 2(3), 775-787. Doi: <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i3.14007>.
- Perwitasari, D.S., Mas'udah, K.W. & Febrianita, R. (2022). *PENGUNAAN MESIN PENIRIS MINYAK (SPINNER) PADA UMKM*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Prabawa, I.M.A., Ekawati, N.W., Yasa, N.N.K. & Suparna, G. (2023). *Customer Experience Dan Brand Image Untuk Membangun Kepuasan Konsumen Dan Repurchased Intention Konsep dan Aplikasi*. Klaten: Lakeisha.
- Pratama, M. & Costarica R.E.C. (2022). Perancangan Kemasan Produk OIKIO Surabaya. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 43-56. Doi: <https://doi.org/10.33005/gestalt.v4i1.108>.
- Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada
- Pulungan, M.H., Dewi, I.A., Rahmah, N.L., Perdani, C.G., Wardina, K. & Pujiana, D. (2018). *Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan*. Malang: UB Press.
- Purnomo, R.A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wad Group.
- Qomusiddin, I.F. (2019). *Statistik Pendidikan (Lengkap Dengan Aplikasi IMB SPSS Statistic 20.0)*. Sleman: Deepublish.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L. & Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelan Impulsif*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Ramadhina, A. & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59-67. Doi: <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.1.07>.
- Rawar, E.A., Kalangit, E.P.S., Kasim, G.B., Simanulang, I.A., Beria, T.T., Danila, D., Jose, J.J.J., Widiyaningrum, D.D. & Sasda, V. (2022). Edukasi Kemasan Untuk Mendukung Stabilitas Produk Jamu di Sentra Jamu Merdikorejo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Kesehatan*, 2(3), 50-58.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang tentang Pangan*, UU No. 18 tahun 2012, LN No. 227 Tahun 2012, TLN No. 5360.



- Retnawati, B.B., Ardyan, E. & Farida, N. (2018). The important role of consumer conviction value in improving intention to buy private label product in Indonesia. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), 193-200. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.003>.
- Rianto, J. (2023). *Semua Tentang Merek*. Makassar: Nas Medai Pustaka.
- Riyanto, S. & Putera, A.R. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Sleman: Deepublish.
- Robertson, G.L. (2016). *Food Packaging Principles and Practice, Third Edition*. Florida: CRC Press.
- Rochmadon, R. (2019). Pengaruh Private Label Dan Convenience Store Terhadap Citra Ritel. *Jurnal SIMBA*, 1(1), 11153-11167.
- Roflin, E., Liberty, I.A. & Pariyana (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Rosid, M., Iftayani, I. & Karsiyati. (2023). Pengaruh Transparansi Kemasan terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Psychosociopreneur*, 2(1), 15-20.
- Rosmaniar, A., Wandoyo, R., Kususma, A & Sanjaya V, F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Diskon, dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Swalayan Chandratanjung Karang). *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis*, 1(2), 107-113.
- Rustam, T.A. & Hikmah. (2022). Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Private Label (Studi Kasus Pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331-340. Doi: <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.16110>.
- Saepudin., Wahyuni, T.R. & Atmami, H. (2022). Analisis Desain Kemasan Moko Moko Regal Lip Cream Kolaborasi “Moko Moko” dan “Regal”. *Jurnal Visual Ideas*, 2(1), 43-53. Doi: <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss1.2022.856>.
- Sari, I.G.A.W. & Setiawan, P.Y. (2018). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Packaging* Terhadap *Brand Image* Dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen *Starbucks Coffee*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(6), 3820-2849.
- Setiawati, M. & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 75-88.
- Shoodiqin, D.M., Atrinawati, L.H. & Sukmara, R.B. (2022). Peningkatan Penjualan keripik Singkong Melalui Penambahan Variasi Rasa dan Peningkatan Desain Kemasan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 24-29. Doi: <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>.

- Sholihin, M. & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sigarlaki, F.R., Rundengan, M.L. & Pandey, J. (2021). Analisis pengaruh atribut kemasan terhadap minat beli susu cair Ultra Milk (studi kasus pada konsumen Freshmart Express Airmadidi Superstore). *JURNAL ZOOTEK*, 41(2), 433-443. Doi: <https://www.doi.org/10.35792/zot.41.2.2021.35973>.
- Simamora, V. & Kusmiyati, E. (2017). Pengaruh Desain Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Teh Botol Sosro Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating (Studi Padamahasiswa Di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta Utara). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 20 (1), 43-54.
- Sinulingga, N.A. & Sihotang, H.T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Deli Serdang: IOCS Publisher.
- Solimun., Fernandes, A.R. & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Sopiah. & Sangadji, E.M. (2022). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sujarweni, V.W. & Utami, L.R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Bantul: Anak Hebat Indonesia.
- Sumiratin, E., Saleh, L., Hasniati. & Sukramat, I.M. (2022). Pemberdayaan Industri Kreatif Ibu Rumah Tangga Dalam Pembuatan Kue Singkong Pelangi Di Wawonggole Kabupaten Konawe. *Jurnal Pengabdian Ilmu Kesehatan*, 2(2), 34-37. Doi: <https://doi.org/10.55606/jpikes.v2i2.273>.
- Sundari, A. & Syaikhudin, A.Y. (2021). *Manajemen Ritel (Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel)*. Lamongan: Academia Publication.
- Surjaatmadja, S. & Purnawan, D. (2018). Store Image, Service Quality, and Familiarity on Purchase Intention of Private Label Brand in Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 8(1), 79-85.
- Syabhana, M.Y. & Sartika, D. Pengaruh Store Image dan Private Label Image serta Perceived Quality terhadap Purchase Intention Produk Private Label Indomaret di Kota Samarinda. *Jornal Borneo Student Research*, 3(2), 2034-2048.
- Tina, M.A. (2017). Kajian Efektivitas Penggunaan Private Label Untuk Meningkatkan Penjualan Toko/Ritel. *Journal Competence*, 11(1), 80-88. Doi: <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i1.3660>.

- Tirayoh, F., Massie, J.D.D. & Arie, F.V. (2019). Analisis Tentang Minat Beli Pelanggan Terhadap Produk Private Label Indomaret Di Indomaret Kauditan. *Jrnal EMBA*, 7(7), 3329 – 3338.
- Unaradjan, D.D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Atma Jaya.
- Verdiyanto., Fatimah, F. & Hermawan, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Beras Rantau di Ud. Putra Sultan. *Growth: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(2), 457-465. Doi: <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2628>.
- Wisnu, D. & Permana, G.I. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Winarno, F.G. & Octaria, A. (2020). *Bahan dan Kemasan Alami: Perkembangan Kemasan Edible*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yusi, M.S. (2020). *Statistika untuk Ekonomi, Bisnis, & Sosial*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.