

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinurani, P. G. (2022). *Statistik Non Parametrik (Aplikasi Bidang Pertanian, Manual, dan SPSS)*. Sleman: Deepublish.
- Adnan, A. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis*, vol 7 (2): 1-9.
- Ananda, R., Rafida, T. (2016). *Pengantar Kewirausahaan: Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship*. Medan: Perdana Publishing.
- Anhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Banyumas: Zahira Media Publisher.
- Anonim. (2023). *Gaze Insight*. Diakses dari <https://gazerecorder.com/gazeinsight/> pada 30 Januari 2023.
- Anwar, Y. (2010). *38 Inspirasi Usaha Makanan Minuman untuk Home Industry Modal di Bawah 5 Juta*. Jakarta: AgroMedia Pustaka.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio E-kons*. Vol 10 (1): 20-27. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Ayundyahrini, M., Salsabilla, S. A. (2021). Persepsi Visual Konsumen Terhadap Label pada Kemasan Produk Makanan Menggunakan Eye Tracking. *Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada*. Hal: 73-78.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2018). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan*. Jakarta: BPOM.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu)*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/5/2107/1/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-dan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html> pada 5 Desember 2022.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/kapita/Minggu)*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html> pada 3 Januari 2023.
- Bergstorm, J. R., Sehall, A. J. (2014). *Eye Tracking in User Experience Design*. USA: Morgan Kaufmann.

- Biju, M. K. (2019). *Logistics and Supply Chain Management of Organised Retail – A Kerala perspective*. Lulu Publishing: North Carolina, United States of America
- Burch, M. (2022). *Eye Tracking and Visual Analytics*. River Publisher: Denmark
- Conklin, K., Sanchez, A. P., Carrol, G. (2019). *Eye Tracking: A Guide for Applied Linguistics Research*. Cambridge University Press: UK.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Fahrezi, A., Sukaesih, U. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan*. E-ISSN No: 2829-2006, hal: 189-199.
- Faruq, M. S. S., Sukatin. (2021). *Psikologi Perkembangan*. Sleman: Deepublisher.
- Foster, B., Reyta, F., Johansyah, M. D., Nadeak, B., Sormin, E. (2020). Pernanan Desain Kemasan dan Branding dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan bandung Selatan. *Jurnal Comunita Servizio*, Vol. 2, No. 2: 479-485. <https://doi.org/10.33541/cs.v3i1.2898>
- Guswai, C.F. (2013). *How to Operate Your Store Effectively Yet Efficiently 2<sup>nd</sup> Edition*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Han, J. H. (2014). *Innovations in Food Packaging: Second Edition*. Academic press: London.
- Harinaldi. (2005). *Statistik untuk Teknik dan Sains*. Jakarta: Erlangga.
- Hessels, R. S., Niehorster, D.C., Nystorm, M., Andersson, R., Hooge, I. T. C. (2018). Is The Eye-Mpvment Field Confused About Fixations and Saccades? A Survey among 124 Researchers. *Royal Society Open Science Journal*. Vol: 5: 1-23. <https://doi.org/10.1098/rsos.180502>
- Iskandar, M. S. (2011). Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi. *Jurnal Visualita*, Vol 3 (1): 14-33. <https://doi.org/10.33375/vsl.v3i1.1095>
- Kabaja, B. (2022). Application of Eye Tracking to Study Consumer Buying Behavior on the Example of Carbonated Soft Drinks in Cans. *Journal of Marketing, Research and Case Studies*. Vol 2022(2022): 1-7. DOI: 10.5171/2022.656769
- King, A. P., Eckersley, R.J. (2019). Chapter 7 – Inferential Statistics IV: Choosing a Hypothesis Test. *Journal Statistics for Biomedical Engineers and Scientists*. P: 147-171. DOI:10.1016/B978-0-08-102939-8.00016-5
- Kirana, L. C., Saputri, M. E. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Private Label YOA. *E-Proceeding of Management*. Vol. 3, No. 1: 460-467.

- Klimchuk, M. R., Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf - Second Edition*. John Wiley & Sons: New Jersey.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*. Serang: Bintang Sembilan Visitama.
- Lawi, A., Bora, M. A., Arifin, R., Andriani, M., Jumen, D., Herman, Rasyid, A., Purbawati, Dewadi, F. M., Didin, F. S., Oktavera, R., Santoso, H., Kusmindari, C. D. (2023). *Ergonomi Industri*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Louw, A., Kimber, M. (2007). *The Power of Packaging*. The Customer Equity: United Kingdom (UK).
- Maddinsyah, A. (2022). *Pengantar Marketing Ritel*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., Keshri, A. (2019). Descriptive Statistics and Normality Test for Statistical Data. *Journal of Annals of Cardiac Anaesthesia*. Vol. 22: 67-72. doi: 10.4103/aca.ACA\_157\_18
- Mustofa, A. (2013). *Uji Hipotesis Statistik*. Yogyakarta: Gapura Publishing.
- Natadjaja, E., Yuwono, E. C. (2017). *Kearifan Lokal Kemasan Panganan Tradisional*. Yogyakarta: ANDI.
- Ningrum, A. K. (2015). *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*. Malang: Gunung Samudera.
- Nurdelila. Harahap, N. H., Joesah, N., Permana, I. S., Yusuff, A. A., Ulfah, M., Tjandra, Hindarti, S., Yuniawati, R., I., Nilasari, Y., Hardiyanti, S. A., Mangundjaya, W., L., Nurwiatin, N. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Palu: Feniks Muda Sejahtera.
- Pickens, J. (2005). *Attitudes and Perceptions: Chapter 3*. Jones and Barlett Publisher: Amerika.
- Pratama, S. E., Sanjaya, V. F. (2021). Kehadiran Ritel Masa Kini dan Pengaruhnya Terhadap Sektor Usaha Konvensional di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomak*. Vol 7: 22- 42.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Sleman: Deepublish.
- Rizaty, M. A. (2022). *Jumlah Toko Retail Indonesia Mencapai 3,61 juta Pada 2021*. [https://dataindonesia.id/Sektor%20Riil/detail/jumlah-toko-retail-indonesia-mencapai-361-juta-pada-\(2021\)](https://dataindonesia.id/Sektor%20Riil/detail/jumlah-toko-retail-indonesia-mencapai-361-juta-pada-(2021)) diakses tanggal 26 Desember 2022.

- Rosenstein, L. D. (2019). *Research design and Analysis: A Primer for The Non-Statistician*. Wiley Inc. USA.
- Różyńska, M. S., Jerzyk, E., Gluza, N. (2020). Consumer perception of packaging: An eye-tracking study of gluten-free cookies. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 45. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12600>
- Sahab, A. (2019). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Surabaya: Airlangga Press.
- Saiful, N. I. (2019). Dampak Globalisasi Terhadap Perubahan Gaya Hidup Pada Masyarakat Kampung Komboi Distrik Warsa Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Gema Kampus*. Vol 14 (2): 32-40. DOI:10.52049/gemakampus.v14i2.86
- Sarifuddin. (2020). Pengaruh Privat Label Terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek Pada Konsumen Foodmart (Studi Kasus Pada Foodmart di Kota). Dalam Cita Ekonomika, *Jurnal Ekonomi*. Vol. XIV: 21-36.
- Schifferstein, H. N. J., Lemke, M., Boer, A. D. (2022). An Exploratory study using graphic design to communicate consumer benefits on food packaging. dalam *Journal of Food Quality and Preference*. Vol 97: 1-15. DOI:10.1016/j.foodqual.2021.104458
- Siregar, P., Suhardi. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Private Label Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*. VOL. 6 (1): 16-30.
- Siyoto S., Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subagyo, A., Abraham, J., Multazam, M. T., Rahim, R., Mursitama, T. N. (2019). *WoMELA-GG 2019: The 1<sup>st</sup> Workshop on Multimedia Education, Learning, Assesment and it's implementation in Game and Gamification in Conjunction with COMDEV 2018*. Belgia: European Alliance for Innovation (EAI).
- Suciati, Ramadhani, D. G., Purbosari, P. M., Astuti, D. S., Sartono, B. (2022). *Psikologi Pendidikan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta
- Sulaiman, I. (2021). *Pengemasan dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

- Susianti, Amandin. (2020). Consumer Perception of Retail Company Private Label Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol. 1: 37-49.
- Swasty, W., Mustikawan, A., Koesoemadinata, M. I. P. (2019). Kajian Warna dan Ilustrasi Primary Display Panel kemasan Menggunakan Metode Kuesioner dan Eye Tracking. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol 18(1): 38-53. DOI:10.12695/jmt.2019.18.1.3
- Swasty, W., Mustikawan, A., Koesoemadinata, M. I. P. (2021). Evaluasi Eye Tracking Terhadap Persepsi Warna dan Gambar Pada Primary Display Panel Kemasan. *Jurnal Sositelknologi*. Vol 20(1): 91-103. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2021.20.1.9>
- Tambunan, S. R. (2016). Proses Pengambilan Keputusan Melalui Kemasan Pada Produk Snack. *Jurnal Ilmiah Komunikatif*, Vol. 5 (1): 93-111. DOI: 10.33508/jk.v5i1.925
- Wagiman, F.X. (2019). *Hama Pascapanen dan Pengelolaannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- William, J. A., Muruges, R. (2020). Potential Eye Tracking Metrics and Indicators to Measure Cognitive Load in Human-Computer Interaction Research. *Journal of Scientific Research*. Vol. 64 (01): 168–175, <http://dx.doi.org/10.37398/JSR.2020.640137>
- Wirayanthi, N., Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*. Vol. 2 (1): 87-96.
- Wisnuwati. (2018). *Produksi Makanan dan Minuman Herbal*. Malang: Media Nusa Creative.
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impluse Buying pada Mahasiswa Ditinjau dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa di Lima Universitas di Yogyakarta). *EXERO Journal of Research in Business and Economics*. Vol: 02, No. 01. DOI: [doi.org/10.24071/exero.2019.02.01.03](https://doi.org/10.24071/exero.2019.02.01.03)