

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Md., A. Kalam, dan S. M. Akterujjaman. 2013. *Packaging Factors Determining Consumer Buying Decision*. International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS), Vol. 1, Issue 5: 285-289.
- Adiwidjaja, A. J., dan Z. J. H. Tarigan. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Pembelian Sepatu Converse*. Jurnal Agora, Vol. 5, No. 3.
- Agariya, A. K., A. Johari, H. K. Sharma, U. N. S. Chandraul, dan D. Singh. 2012. *The Role of Packaging in Brand Communication*. International Journal of Scientific & Engineering Research, Vol. 3, Iss. 2.
- Ampuero, O., dan N. Vila. 2006. *Consumer Perceptions of Product Packaging*. Dalam Journal of Consumer Marketing, Vol. 23, Iss. 2: 102-114.
- Anonim. 2019. *Statistik Kepariwisataaan 2018*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Anonim. 2012. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan*. Lembaran Negara RI Tahun 2012, No. 227. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Anonim. 2016. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Lembaran Negara RI Tahun 2016, No. 252. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Anonim. 2016. *The Value of Consumer Trust in Packaging Design and Brand Development*. Dalam <https://www.packaging-gateway.com/features/the-value-of-consumer-trust-in-packaging-design-and-brand-development-5685484/> diakses pada 1 Maret 2020 pukul 14.06 WIB.
- Anonim. 2020. *Overfitting*. Dalam <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/overfitting/>. Diakses pada 23 Oktober 2020 pukul 22.20 WIB.
- Bian, X., dan Moutinho, L. 2008. *The Role of Brand Image, Product Involvement, and Knowledge in Explaining Consumer Purchase Behaviour of Counterfeits: Direct and Indirect Effects*. European Journal of Marketing, Vol. 45, No. 1:191-216.
- Cass, Jacob. 2019. *Logo Design Trends for 2020*. Dalam <https://justcreative.com/2019/12/11/logo-design-trends-2020/> diakses pada 2 Oktober 2020 pukul 23.00 WIB.
- Delgado, E. B. 2008. *Development and Validation of Brand Trust Scale*. International Journal of Market Research, Vol. 45, Issue. 1.

- Erwin, L. T. 2003. *Seri Makanan Favorit: Variasi Kue Wingko*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fiantini, Anna. 2013. *Penentuan Paket Menu Berdasarkan Image Produk dengan Pendekatan Kansei Engineering*. Skripsi Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Pasuruan: CV Qiara Media.
- Grundey, Dainora. 2010. *Functionality of Product Packaging: Surveying Consumers' Attitude Towards Selected Cosmetic Brand*. Dalam Jurnal Economics & Sociology, Vol. 3, No. 1: 87-103.
- Hernikawati, D., dan D. I. Sensuse. 2016. *Uji Validitas Indikator-Indikator Pemeringkatan E-Government Indonesia (PeGI) Tingkat Provinsi dengan Analisis Faktor*. Jurnal Penelitian Pos dan Informatika, Vol. 6, No. 1: 1-18.
- Ikonis (n.d). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Diakses melalui <https://kbbi.web.id/ikonis>, 2 Oktober 2020 pukul 21.53 WIB.
- Istnaini, M. 2019. *Bukan Asli Semarang, Begini Sejarah Wingko Babat hingga Jadi Oleh-oleh Khas*. Dalam <https://www.inibaru.id/kulinary/lp-bukan-asli-semarang-begini-sejarah-wingko-babat-hingga-jadi-oleh-oleh-khas> diakses pada 23 Oktober 2020 pukul 21.29 WIB.
- Jafari, S., M. Sharifnia, M. Salehi, dan R. Zahmatkesh. 2013. *Influence of Package on Consumer Behavior*. Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter), Vol. 2, No. 6: 65 – 71.
- Johnson, R. A., dan D. W. Wichern. 2007. *Applied Multivariate Statistical Analysis: Sixth Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Jordan, P. W. 2000. *Designing Pleasurable Products: An Introduction to The New Human Factors*. Taylor & Francis. London.
- Kaihatu, T. S. 2014. *Manajemen Pengemasan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management 15<sup>th</sup> Edition*. Pearson Education Limited. England.
- Kusrianto, A. 2010. *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lee, S., A. Harada, dan P. J. Stappers. 2002. *Pleasure with Products: Design based on Kansei*. Pleasure with Products: Beyond Usability. 10.1201/9780203302279.ch16.

- Mardiyanti, F. 2011. *Pengaruh Elemen Kemasan Produk (Packaging); Warna (Colour); Tipografi (Typography); Bentuk (Shapes), Gambar (Images) terhadap Keinginan Anak Anak Membeli Makanan Ringan (Intention to Buy)* [skripsi]. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Mukhtiar, S., dan M. Nurif. 2015. *Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen*. Jurnal Sosial Humaniora, Vol. 8, No. 2: 181 - 191
- Mutsikiwa, M., dan J. Marumbwa. 2013. *The Impact of Aesthetic Package Design Elements on Consumer Purchase Decisions: A Case of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe*. Journal of Business and Management, Vol. 8, Iss. 5: 64 – 71.
- Nagamachi, M., dan A. M. Lokman. 2011. *Innovations of Kansei Engineering*. CRC Press. London.
- Nagamachi, M., dan A. M. Lokman. 2015. *Kansei Innovation: Practical Design Applications for Product and Service Development*. CRC Press Taylor & Francis Group. New York.
- Niv, G., dan D. Harris . 2018. *Research Findings: Most Americans Say That the Design of a Product's Packaging Often Influences Their Purchase Decisions*. Dalam <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/Most-Americans-Say-That-the-Design-of-a-Products-Packaging-Often-Influences-Their-Purchase-Decisions> diakses pada Kamis, 5 Desember 2019 pukul 15.26 WIB.
- Pabundu, T. M. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Paramita, L. A. 2015. *Analisis Pemilihan Kertas Sebagai Bahan Baku untuk Kotak Kemasan pada CV. Surya Cemerlang Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process*. Dalam Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol. 20, No.3.
- Pensasitorn, W. 2015. *The Use of Images in Graphic Design on Packaging of Food and Beverages*. Journal if Economics, Business and Management, Vol. 3, No.12: 1159 – 1163.
- Rahardjo, S. T. 2019. *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Ramachandiran, C. R., dan N. Jomhari. 2018. *Virtual Agent Design Factors for the 21<sup>st</sup> Century Learners: A Kansei Approach*. Proceedings of the 7th International Conference on Kansei Engineering and Emotion Research 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing, Vol. 739: 73-82.

- Resmi, N., dan T. Wisniarsi. 2015. *Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik*. Dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 13, No. 1.
- Riduwan, B. A., dan Akdon. 2006. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Saad, K. M., dan M. Z. Idris. 2014. *The Effectiveness of Typography in Packaging Design for SMES Food Industries*. Conference Proceeding: 1st International Conference on Creative Media, Design & Technology.
- Saeed, K., dan T. Nagashima. 2012. *Biometrics and Kansei Engineering*. Springer Science Business Media. New York.
- Santoso, S. 2018. *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schutte, S. 2002. *Designing Feelings into Products*. Linkoping Studies in Science and Technology, Thesis No. 946.
- Silayoi, P., dan M. Speece. 2007. *The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach*. European Journal of Marketing, Vol. 41, No. 11/12: 1495 – 1517.
- Siagian, D. Dan Sugiarto. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Strandvall, Tommy. 2008. *Eye Tracking as a Tool in Package and Shelf Testing*. Tobii Technology. Sweden.
- Sukrama, Udi. 2009. *Aneka Ragam Khas Jawa Timur*. Bandung: PT Sarana Pancakarya Nusa.
- Susilawati, W., dan Wufron. 2017. *Pengaruh Brand Imge terhadap Brand Trust serta Implikasinya terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama)*. Jurnal Wacana Ekonomi, Vol. 17, No. 01: 024-034.
- Swasty, W., A. Mustikawan, dan M. I. P. Koesoemadinata. 2019. *Kajian Warna dan Ilustrasi Primary Display Panel Kemasan menggunakan Metode Kuesioner dan Eye-Tracking*. Dalam Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 18, No. 1: 38-53.
- Tambunan, S. R. 2016. *Proses Pengambilan Keputusan Melalui Kemasan Pada Produk Snack*. Jurnal Imliah Komunikasi, Vol. 5, No. 1.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.

- Ulrich, K. T., dan S. D. Epinge. 2001. *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Bandung: Salemba Teknika.
- Ushada, M., A. Suryandono, dan N. Khuriyati. 2016. *Kansei Engineering untuk Agroindustri*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Veno, M., dan H. Subagio. 2013. *Analisa Pengaruh Kepercayaan terhadap Tenaga Penjual (Trust in Employee), dan Kepercayaan terhadap Merek (Trust in Brand) terhadap Niat Beli (Purchase Intention) Konsumen pada Bernini Furniture di Surabaya dan Semarang*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 2.
- Vyas, H., dan Bhuvanesh. 2015. *Packaging Desiggn Elements and Users Perception: A Context in Fashion Branding and Communication*. Journal of Applied Packaging Research, Vol. 7, No. 2: 95 – 107.
- Wahyudi, N., dan S. Satriyono. 2017. *Mantra Kemasan Juara: Bukan Sekadar Bungkus-Bungkus*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wardhana, N. K., I. W. J. A. Putra, dan H. D. Wahyudi. 2012. *Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan*. Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 17, No. 1:97-104.
- Yaro, L. M. 2015. *An Overview of Branding and Packaging of a Company Product (A Case Study of British American Tobacco Company Zaria)*. IOSR Journal of Research & Method in Education, Vol. 5, Iss. 1, Ver, 1: 35 – 49.
- Yusup, F. 2018. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, Vol. 7, No. 1: 17-23.
- Zekiri, J., dan V. V. Hasani. 2015. *The Role and Impact of The Packaging Effect on Consumer Buying Behaviour*. Jurnal Ecoforum, Vol. 4, Iss. 1: 232 – 240.