DAFTAR PUSTAKA

Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran dalam Perspektif Islam. *9*(1), 128–146.

Arief Algiffary, Muhammad Wahab, Z., Saggaff Shihab, M., & Widiyanti, M. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia*. *4*(2), 16–31.

Ariin, M. A. (2015). Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *2*(1), 157–173.

Faddila, S. P. (2019). Pengembangan Produk Minuman Susu Kedelai Sebagai Produk Kewirausahaan UMKM di Desa Sampala*n*. *2*(1), 4215–4220.

Fahmi, I. (2019). Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis (S. Idris (Ed.); P. 10). Alfabeta, Cv.

Febriyanti, R., & Boediono, S. (2021). Pengembangan Produk Kemasan Berbahan Dasar Kelor di Desa Ganggangtingan Kecamatan Ngimbang Kabupaten Lamongan. *4*, 689–693.

Fitriana, A. E., A. B. Oemar, E., & Asidigisianti. (2014). Pengembangan Desain Kemasan Jamu Dayang Sumbi. 101–108.

Kamaluddin, A. (2017). Administrasi Bisnis (Rappanna Patta (Ed.)). Cv Sah Media.

Lailiyah, N., & Fauzan. (2022). Pengaruh Kemasan (Packaging) dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Home Industry Kopi Mangrove di Pasuruan. *An-Nibraas*, *1*(02), 113–133.

Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, K. W., Octaviani, D. W., Della, R. H., Kurnia, A. Y., Lawi, A., Kuswandi, S., & Sanusi. (2023). Perancangan dan Pengembangan Produk.

Puspitasari, W., Natalia Setiawan, I., Widiastuti, T., Fitriani, N., & Bulqis, T. (2022). Pelatihan Pengembangan Produk Kemasan UMKM Produk Jamu Homemade dalam Menghadapi Persaingan Dagang di Era Globalisasi dan Pandemi. *1*(5), 773–778.

Rahmi, F. (2018). Re-Desain Packaging Produk Kopi Kiniko di Tabek Patah. *Energies*, *6*(1), 1–8.

Rifanto Halim, N., & Alananto Iskandar, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi terhadap Minat Beli. *4*(3), 415–424.

Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Susu Ultra Studi Kasus pada Cafetariah Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, *2*(2), 1–16.

Sanusi, Bora, M. A., & Sina, I. (2018). Pengembangan Kemasan Produk Khansa Pizza untuk Meningkatkan Penjualan dengan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (Qfd)*.

Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. (2016). Persepsi Konsumen terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis dan Gambar pada Kemasan Produk dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*| *Journal Of Theory And Applied Management*, *6*(1), 9–24.

Selamat, F., Chairy, & Tunjungsari, H. K. (2021). Pengembangan Kemasan Produk untuk Memperkuat Brand Stik Tempoyak Cap Cus di Jambi. 21–28.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Cv.

Suharto Cenadi, C. (2000). Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana*, *2*(2), 92–103.

Sutikno, S., & Hadisaputra, P. (2020). Penelitian Kualitatif (Nurlaeli (Ed.)). Holistica.

Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan dalam Meningkakan Pemasaran Umkm di Mas Pack Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, *8*(2), 67–76.