DAFTAR PUSTAKA

Afandi, P. (2008). Analisis Faktor Penentu Daya Tarik Produk pada Pasar UKM Lopait Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, *Vol 1*, *No*, 67–81.

Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, *16*(1), 39–49.

Amalia Elsa Andriani, S., & Ariffudin Islam, M. (2022). Konsep Feminine Pada Desain Feeds Instagram 'Mitra Sehat Skincare'. *Jurnal Barik*, *3*(3), 16–29.

Ariin, M. A., & Kudus, P. A. (2014). Pengembangan produk-produk lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Smk Walisongo Jepara, Indonesia*, *2*(1), 157–173.

Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop Sebagai Salah Satu Peranan Umkm Di Kota Metro. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, *3*(2), 139–145.

Darmawan, I. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Bocah Tua Di Hokky Graha Family Surabaya*. *July*, 1–134.

Diponugroho, A., & Santoso, S. B. (2015). *Tarik Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Parlour Café Semarang)*. *4*(73), 1–9.

Firdaus, M. F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Warung Kopi. In *STIE PGRI Dewantara Jombang*.

Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging* (F. Suprianto (ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama Anggota ikapi, Jakarta, 2014.

Kamariah, N., & Israr, A. A. (2023). Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru Pada UMKM Warcok. *Jurnal Administrasi Terapan*, *1*(2), 204–222.

Margono, S. (2018). Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan. *Widyakala Journal*, *5*(1), 66.

Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (J. M.B, Huberman, A.M, & Saldana (ed.); 3rd ed.). USA: Sage Publications.

Muhammad, A., & Kalsum, U. (2023). Inovasi Desain Kemasan Produk Rumah Makan Bonelo. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, *1*(1), 30–41.

Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DInamika Sosial*, *1*, 213–214.

Purbarani, V. H. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk,

Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Semarang , Universitas Diponogoro*.

Sari, A. N. (2022). Simbol Daur Ulang dan Jenis Plastik yang Wajib Anda Ketahui. In *Kementrian Keuangan Republik Indonesia* (p. 1).

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.

Setiawandari, N. E. P., Febryanto, Y. A., & Wardhani, S. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Untuk Memperluas Pasar Pada Umkm Catering Makanan Tradisional. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(2), 1123–1128.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Bandung: PT ALFABET*.

Susteyasri, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, *4*(3).

Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (III). Yogyakarta : Andi Offset, 1995.

Zainuri, T. S. (2019). Pengembangan Produk Unggulan Desa. In *Pusat Data dan Informasi, Badan Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, dan Informasi (BALILATFO)*.