DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, *10*(1), 20. Https://Doi.Org/10.30998/Sosioekons.V10i1.2223

Budiarta, I. G. M., Witari, N. N. S., & Sutrisno, L. B. (2023). Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa Dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, *13*(1), 60–69. Https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Jjpsp/Article/View/60973

Dhameria, V. S. (2014). Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, *Xiii*(1), 1–44.

Kahar. (2023). Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia. *Universitas Karya Dharma Makassar*.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Y. S. H. Adi Maulana (Ed.); Ketiga Bel). Penerbit Erlangga.

Maria, A., Ikhsan, A., & Bidiawati, A. (2014). *Perancangan Ulang Kemasan Produk Olahan Rendang Padang*.

Metekohy, E. Y., Fatimah, Darna, Nuraeni, Y., & Purwaningrum, E. (2022). Evaluasi Dan Inovasi Desain Kemasan Produk Umkm Kota Depok – Jawa Barat. *Ekonomi & Bisnis*, *21*(2), 158–171. Https://Doi.Org/10.32722/Eb.V21i2.5223

Muhamad, N. (N.D.). *Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga Di Dunia Pada 2022/2023*. Retrieved April 23, 2024, From Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/07/06/Indonesia-Jadi-Produsen-Kopi-Terbesar-Ketiga-Di-Dunia-Pada-20222023

Musfar, T. F. (2021). *Manajemen Produk Dan Merek* (R. R. Rerung (Ed.)). Media Sains Indonesia.

Proporsi, J., & Patinku, R. M. (2019). *Perancangan_Kemasan_Produk_Rumah_Makan_P*. *5*(1), 24–37. Https://D1wqtxts1xzle7.Cloudfront.Net/64058434/966-2887-1-Pb-Libre.Pdf?1596125627=&Response-Content-Disposition=Inline%3b+Filename%3dperancangan_Kemasan_Produk_Rumah_Makan_P.Pdf&Expires=1716302606&Signature=Dm2msjzumbkki33zan2xbijje5xhfdirndmm5gowqu6ymzummggfbx24bk2dgujkxqmrcf-Ldy2kbivigbdv7h1hkfpofmamkoz~P8j9jyhdjevy-J7~N-Iqzlixept9gn~Owjdmoyzkhpj8bzuiz0qpywzvugec2n7yyx~Ua2b9ndzdp20yqdfyicxwgkudrsm8wdp6ukbroul2fknhat~T6t36zinnp0~Vgjg~N-I-Jjn76nqxry8pl7dpfvgte2jwdsaj7t3333nluar9muw4-Z-Eujzjuhutjp3qx08kn8lnxpth~9rzcmdlo6ptrwrj5o-Wty5cix649rup9w__&Key-Pair-Id=Apkajlohf5ggslrbv4za

Putra, D. P. (2016). *Pengaruh Pengemasan (Packaging) Terhadap Kualitas Produk*. 1–23.

Richo, Y. (2018). Desain Produk Kemasan Cokelat Dengan Menggunakan Peran Elemen Fungsional Desain Didalamnya. *Current Neurology And Neuroscience Reports*, *1*(1), Iii–Vii. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jns.2018.09.022%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Ejphar.2009.04.058%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Brainres.2015.10.001%0ahttp://Www.Pubmedcentral.Nih.Gov/Articlerender.Fcgi?Artid=2854659&Tool=Pmcentrez&Rendertype=Abstract%0ahttp://W

Said, A. A. (2016). Desain Kemasan. *Desain Kemasan*, 1–201.

Sari, N. L. D. I. D. (2013). *Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk*. 43–52.

Sayatman, Ramadhani, N., & Yudistira, R. (2018). Pengembangan Desain Kemasan Produk Umkm Olahan Hasil Laut Di Kecamatan Paciran Kab. Lamongan Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Dan Perluasan Pemasaran. *Sewagati*, *2*(2), 111–118. Https://Doi.Org/10.12962/J26139960.V2i2.4642

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. Https://Doi.Org/10.20473/Jmtt.V6i1.2656

Sugiarto, E. C. (2018). Kewirausahaan Umkm Dan Pertumbuhan Ekonomi. *Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia*.