

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Hidayat, “Faktor Penting Riset bagi Pelaku UMKM,” *Berita Satu*, Jakarta, Mar. 2021.
- [2] “Kombucha, Minuman Fermentasi Kaya Manfaat,” *CNN Indonesia*, Jakarta, Oct. 2020.
- [3] P. Kotler, *Marketing I*. Jakarta: Erlangga, 1987.
- [4] Freddy Rangkuti, *Perbedaan Mendasar Loyalitas Merek dengan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- [5] Alibabaneews, “Mengenal Kemasan Produk Ramah Lingkungan & Pentingnya Bagi Lingkungan,” 2021, [Online]. Available: <https://id.alibabaneews.com/kemasan-ramah-lingkungan-berkelanjutan-untuk-b2b/>.
- [6] Y. Pratama, “3R (Reuse Reduce Recycle) Sampah,” *Indonesia Environment Energy Center*. 2015, [Online]. Available: <https://environment-indonesia.com/3r-reuse-reduce-recycle-sampah/>.
- [7] B. A. Hananto, M. Aurellia, H. Calista, S. Kusuma, and V. Leoni, “Perancangan Kemasan Produk Keripik Belut UMKM ‘Sinar Sawah,’” *Infomatek*, vol. 32, no. 2, pp. 69–78, 2021, doi: 10.23969/infomatek.v23i2.4666.
- [8] Nugraha S, “Perancangan Kemasan Kripik Tempe Mocaf Dengan Menggunakan Kansei Engineering,” 2015.
- [9] A. Widiati, “Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di ‘Mas Pack’ Terminal Kemasan Pontianak,” *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akunt. Fak. Ekon. Univ. Tanjungpura)*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020, doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.
- [10] B. Cornelia, E. C. Yuwono, and V. Yusuf, “Perancangan Redesain Kemasan Produk Minuman Mawar Merek ‘Roos’ Nganjuk,” 2014.
- [11] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [12] Swastha and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2005.
- [13] “Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk KUKM,” *Kementrian Negara Kop. Dan Usaha Kecil Menengah*, 2009.
- [14] E. Tandio, “Perancangan Logo dan Desain Kemasan untuk Dhisti Cookies sebagai Camilan di Kota Solo,” 2013.

- [15] Marleen and Herudiyanto, *Teknologi Pengemasan Pangan*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2008.
- [16] H. Kertajaya, *Marketing plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Globa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- [17] Swastha, *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty, 1984.
- [18] D. A. S. Lestari, “REDESAIN KEMASAN PRODUK MAKANAN RINGAN Aneka Gorengan Super 2R,” 2013.
- [19] PRESIDEN, “Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan,” 1996.
- [20] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997.
- [21] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2000.
- [22] PRESIDEN, “Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan,” *Pemerintah Republik Indones.*, 1999.
- [23] BPOM, “Peraturan Kepala BPOM RI nomor HK 00.05.52.0685,” *Peratur. Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indones.*, pp. 1–13, 2005.
- [24] R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta, 2010.
- [25] J. Linschoten and Mansyur, *Warna*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia, 2007.
- [26] E. Nugroho, *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- [27] R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- [28] D. Sihombing, *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- [29] S. Rustan, *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- [30] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- [31] Indriantoro and Supomo, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2010.
- [32] F. Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001.