

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "PU-net." <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/v2/kota-besar/35> (accessed Nov. 01, 2021).
- [2] Y. D. Pertiwi and B. B. Siswoyo, "Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kripik Buah di Kota Batu," *Syariah Pap. Account. FEB UMS* 3, pp. 231–238, 2016.
- [3] W. Haholongan and I. Jayadi, "Perancangan desain kemasan sebagai media untuk menarik minat beli konsumen bir pletok (setu babakan)," *J. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 27–44, 2019.
- [4] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- [5] B. R. Noviadji, "Desain Kemasan Tradisional Dalam Konteks Kekinian," *Artika*, vol. 1, no. 1, pp. 10–21, 2015, doi: 10.34148/artika.v1i1.24.
- [6] D. Kemasan and P. Thaitea, "Desain kemasan produk thaitea dan mocktail kymut sebagai media promosi," pp. 131–140.
- [7] N. C. Purnomo, I. G. N. Ardana, and C. T. Handoko, "Perancangan Kemasan Dan Media Promosi Kue Gandjelrel Khas Kota Semarang," *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 2, pp. 1–7, 2013.
- [8] Priscilia Yunita Wijaya, "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual," *Nirmana*, vol. 1, no. 1, pp. 47–54, 1999, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>
- [9] W. Vogt, "Pengaruh Citra Merek," *Dict. Stat. Methodol.*, vol. 5, no. 1, pp. 15–24, 2015.
- [10] H. M. Hermansyur, B. Aditi, D. Fakultas, E. Stie, and H. Medan, "Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek ,Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan," *J. Konsep Bisnis dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 32–43, 2017, [Online]. Available: <http://pusatdata.kontan.co.id>
- [11] R. B. Setiawan and T. Suryani, "Citra Merek, Bintang Iklan, Dan Kesadaran Merek: Cukup Kuatkah Dalam Mempengaruhi Intensi Pembelian Kecap Manis Abc Di Surabaya," *J. Bus. Bank.*, vol. 4, no. 2, p. 177, 2015, doi: 10.14414/jbb.v4i2.370.
- [12] Ni Luh Desi In Diana Sari, "Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk," pp. 43–52.
- [13] I. G. A. D. Saryanti, E. Mandasari, and I. G. A. P. I. Sidhiantari, "Pengembangan dan Pemanfaatan Desain Kemasan sebagai Media Promosi pada UKM Heavenine," *J. Community Dev.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–5, 2020, doi: 10.47134/comdev.v1i1.1.
- [14] D. Dwiyanto, "Metode Kualitatif: Penerapannya dalam Penelitian," *Diakses dari https://www. Acad. edu/download ...*, vol. 0, pp. 1–7, 2002, [Online]. Available: https://www.academia.edu/download/45555425/metode_kualitatif_penerapannya_dalam_penelitian.pdf
- [15] N. I. Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi," *J. Ilm. Din.*

Sos., vol. 1, no. 2, p. 212, 2017.

- [16] Autoridad Nacional del Servicio Civil, “濟無No Title No Title No Title,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., pp. 2013–2015, 2021.
- [17] B. A. B. Iii, “Jurnalmetode Penelitina Kualitatif,” pp. 50–61, 2002.
- [18] S. Noor, “Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang,” *J. INTEKNA*, vol. 14, no. 2, pp. 102–209, 2014.
- [19] F. A. Savitri and D. Setiawan, “Pengembangan Buku Menggambar Ilustrasi,” *J. Kreat. J. Kependidikan Dasar*, vol. 9, no. 1, pp. 58–63, 2018.
- [20] A. F. Yogananti, “Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website,” *ANDHARUPA J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 1, no. 01, pp. 45–54, 2015, doi: 10.33633/andharupa.v1i01.956.
- [21] Y. E. Swandawidharma, “LKP : Perancangan Stationery Set Persatuan Golf Alumni-ITS di PT. Pendopo Agung Poetrokoesoeman.,” no. marketing mix, pp. 49–50, 2015.