

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. Daulay, “Persepsi Konsumen Dalam Memilih Makanan Cepat Saji (Studi di Restoran Cepat Saji KFC Suprpto Kota Bengkulu),” *Skripsi*, pp. 1–46, 2014, [Online]. Available: <http://repository.unib.ac.id/9194/2/I,II,III,I-14-vir-FS.pdf%0Ahttp://repository.unib.ac.id/9194/1/IV%2CV%2CVI%2CLAMP%2CI-14-vir-FS.pdf>.
- [2] E. S. Han and A. Goleman, Daniel Boyatzis, Richard Mckee, “Peran Pemerintah Daerah Terhadap Eksistensi Industri Sate Ayam Dalam Persaingan Kuliner Fast Food,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [3] T. Akhir, ““ Aneka Gorengan Super 2R ,”” 2013.
- [4] Christine Suharto Cenadi, “Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran,” *Nirmana*, vol. 2, no. 2, pp. 92–103, 2000, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>.
- [5] “Perancangan Kemasan Produk Burger Menggunakan Metode Kansei Engineering - Brawijaya Knowledge Garden.” <http://repository.ub.ac.id/164878/> (accessed Feb. 19, 2022).
- [6] Y. C. Indrajaya, “Perancangan desain kemasan sambal pecel ‘Bumbu Ndeso’ Blitar,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 8, pp. 7–13, 2016.
- [7] J. Christina, C. Yuwono, Elisabeth, and B. Mardiono, “Perancangan Desain Kemasan Produk Ledre ”Ny. Seger”,” *J. DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 5, pp. 121–131, 2017.
- [8] H. Tunky and C. Kohardinata, “Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation di Surabaya,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 567–583, 2016.
- [9] A. Herdana, M. Fakutas, E. Dan, B. Universitas, and S. Ratulangi, “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa

- Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta),” Accessed: Feb. 24, 2022. [Online]. Available: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com).
- [10] F. Ramadayanti, “Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk,” *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 111–116, 2019, doi: 10.21107/jsmb.v6i2.6690.
- [11] Sari N.L.D.I.D., “Elemen Visual Kemasan Sebagai Strategi Komunikasi Produk,” *Profetik*, vol. 6, no. 1, pp. 43–52, 2013.
- [12] M. A. Afriansyah, D. Darwoto, and F. A. Dartono, “Desain Motif Batik Kontemporer Gaya Doodle,” *Ornamen*, vol. 17, no. 1, pp. 27–41, 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/ornamen/article/view/3240>.
- [13] Muhsin, “Metode Pengembangan Fitrah Santri Studi Kasus Di Pondok Pesantren Salafiyah Sa’Idiyah Buduran Arosbaya Bangkalan,” *Metod. Pengemb. Fitrah Santri Stud. Kasus Di Pondok Pesantren Salafiyah Sa’Idiyah Buduran Arosbaya Bangkalan*, p. 69, 2010.
- [14] Bhalla Prem, “Tatacara Ritual dan Tradisi Hindu. (Surabaya: Paramita, 2010).,” *Paramita*, vol. 3, no. 1, pp. 78–95, 2017.
- [15] P. Kualitatif *et al.*, “Kerangka Dasar Penelitian Kualitatif,” vol. 29, p. 2, 2006.
- [16] S. Literate and Indonesia, “Mengembangkan Kepribadian Peserta Didik,” *J. Ilm.*, pp. 274–282, 2020, [Online]. Available: View metadata, citation and similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk).
- [17] Autoridad Nacional del Servicio Civil, “Metodologi Penelitian,” *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11)*, 951–952., pp. 2013–2015, 2021.
- [18] F. A. R. Arifin and A. B. Tjahjono, “Peran Orang Tua Dalam Pendidikan Akhlak Anak Di Keluarga The Role Of Parents In The Child’s Moral Education In The Family,” *Konf. Ilm. Mhs. Unissula 2*, pp. 456–464, 2019.
- [19] H. Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. 2006.
- [20] L. Ilmiah, S. Purnama, and S. N. Mayangsari, “Analisis Kesalahan Peserta Didik Dalam Menyelesaikan Soal Cerita Sistem Persamaan Linear Dua

- Variabel,” *AULADUNA J. Pendidik. Dasar Islam*, vol. 5, no. 1, pp. 105–115, 2018, doi: 10.24252/auladuna.v5i1a9.2018.
- [21] D. Tania dan Diah Dharmayanti, “Market Segmentation, Targeting, dan Brand Positioning dari Winston Premier Surabaya,” *J. Manaj. Pemasar. Petra*, vol. 2, no. 1, pp. 1–7, 2014.
- [22] T. Audience, “MULTIMEDIA,” vol. 9, 2020.