

DAFTAR PUSTAKA

- Brilliantia, N., Fathah, A. H., & Hadi R, R. J. (2022). Promosi Digital Wisata Kuliner Peneleh Melalui Pendekatan AISAS dan Word-of-Mouth. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*.
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2019). WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL KEMBANG GOYANG KHAS BETAWI. *Visual Heritage*.
- Dinkominfo. (2016, Maret 14). *KEMASAN PRODUK WISATA YANG UNIK PENGARUHI DAYA PIKAT WISATAWAN*. Diambil kembali dari Pemerintah Kabupaten Purbalingga Website: <https://www.purbalinggakab.go.id/info/kemasan-produk-wisata-yang-unik-pengaruhi-daya-pikat-wisatawan/>
- Fauzi, M., Mooduto, K., & Wahyuni E, T. R. (2021). PELABELAN KEMASAN PRODUK REMPEYEK DI CISAATSUKABUMI SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN PENINGKATAN NILAI JUAL. *Dasarupa*.
- Habibi, A. H., Nugraha, N. D., & Apsari, D. (2021). Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Gerobak Kopi Kota Payakumbuh. *eProceedings of Art & Design*, 8(6).
- Humas Disparbud Jabar. (2023, Januari 22). *MENPAREKRAF RI DUKUNG PENUH PENGEMBANGAN DESA WISATA BAROS KABUPATEN BANDUNG*. Diambil kembali dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat: <https://disparbud.jabarprov.go.id/menparekraf-ri-dukung-penuh-pengembangan-desa-wisata-baros-kabupaten-bandung/>
- Julianti, S. (2014). *The Art of Packaging: Mengenal Metode, Teknik & Strategi Pengemasan Produk untuk Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*. New York: Wiley.
- Lestari, N. E., Santosa, N. A., & Suharno, A. R. (2022). PERAN ILUSTRASI

BERTEMA INDONESIA PADA PRODUK MINUMAN TERHADAP RESPON EMOSI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAN MEMAHAMI PRODUK. *Bahasa Rupa*.

- Naufalina, F. E. (2021). Peranan utama pada anyaman bambu sebagai kemasan telur asin Brebes. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 8(2).
- Pradika, M. D., Swandi, I., & Mudra, I. (2020). Kajian Ilustrasi, Tipografi, dan Warna Dalam Membentuk Estetika Pada Desain Kemasan Pod Cokelat Edisi Dark Chocolate Bali. *PRABANGKARA*.
- Putri, J. A., R, Y. D., Maryani, T., Yuliamir, H., & Rahayu, E. (2023). Potensi Makanan Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Salatiga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*.
- Said, A. A. (2016). DESAIN KEMASAN. Dalam A. A. Said, *DESAIN KEMASAN*. Makassar: Badan Penerbit UNM Makassar.
- Sari, N. D. (2013). ELEMEN VISUAL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK. *PROFETIK*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Swasty, W., Mustikawan, A., & Naufalina, F. E. (2020). Visual perception of primary display panel of coffee packaging. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 73-79.
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.