

DAFTAR PUSTAKA

- Abstrak, M. (n.d.). *THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*.
- Astuti, E. R. W. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021. *Dimensi*, 2(2).
- Citaningtyas, D., Kadi, A., Ula, R., Fauzi, A., Damayanti, R. Y., Eka, K., & Yani, M. (n.d.). *LABELING, PACKAGING, DAN BRANDING SEBAGAI PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM SELAI SRIKAYA JUMBO DESA PUPUS LEMBEYAN MAGETAN*. <https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA>
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, G. (n.d.). *WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL KEMBANG GOYANG KHAS BETAWI* (Vol. 2, Issue 01).
- Ermawati, E. (2019). PENDAMPINGAN PERANAN DAN FUNGSI KEMASAN PRODUK DALAM DUNIA PEMASARAN DESA YOSOWILANGUN LOR. *Empowerment Society*, 2(2). <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Ernawanti, E., Kusnandar, F., & Wulandari, N. (2018). Pemenuhan Persyaratan Label Produk Pangan yang Dijual Secara Online terhadap Peraturan Label Pangan. *Jurnal Mutu Pangan*, 5(1).
- Fadhallah. (2021). WAWANCARA. *UNJ Press*, 60.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Farida, E., & Rika Jazilatul Kholidah, N. (2020). Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 40–47. <https://doi.org/10.24036/01108220>

- Fathimahhayati, L. D., Halim, C. I., & Widada, D. (2019). Perancangan Kemasan Kerupuk Ikan Menggunakan KE. *Jurnal Rekavasi*, 7(2).
- Firmansyah, M. W. (2022). Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Dan Iklan Youtube Dari Shopee Terhadap Brand Awareness. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(3).
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Penggunaan Tagline Pada Setiap Usaha Periklanan Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Semarang. *Fokus Ekonomi*, 8.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1). <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasna, A., Ajijah, N., & Srimukti, A. (2023). *Merancang dan Menerapkan Strategi Arsitektur Merek*. 1(1), 75–81. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/mj>
- Kuliner Sebagai Identitas Budaya*. (n.d.).
- Kusumasari, A. D., & Supriono, S. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2).
- Mubarok, F. S. (2023). Penerapan Prinsip Gestalt Dalam Desain Visual Untuk Meningkatkan Memori Dan Pemahaman Pesan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2). <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.33002>
- Nathanael, T., & Yuwono, E. C. (n.d.). *STUDI PERBANDINGAN TEORI DAN PRAKTEK PROSES DESAIN KEMASAN SAAT INTERNSHIP*.
- Nugrahaini, R. L., Adiarni, N., & Najamuddin, M. (2014). ANALISIS PENGUATAN MEREK DALAM MEMBENTUK EKUITAS MEREK PADA MINUMAN SARI BUAH BB (Studi Kasus: Mahasiswa (end user) di Fakultas Sains dan Teknologi). *AGRIBUSINESS JOURNAL*, 8(2). <https://doi.org/10.15408/aj.v8i2.5137>

- Peran, P., & Buatan, K. (n.d.). *Prosiding Seminar Nasional IKJ 2023*.
- Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. In *Jurnal Barik* (Vol. 3, Issue 1).
- Putri Dieva, D., & Dermawan, R. (n.d.). *PENGEMBANGAN UMKM MELALUI OPTIMALISASI BRANDING PADA "BILA CATERING" DESA TEGALREJO PROBOLINGGO*.
- Rahardjo, W. (2020) APA MAKANAN FAVORITMU? PSIKOLOGI KULINER UNTUK MENCAPAI GUYUB DAN HARMONI
- Rhaima, D., Putri, L., Cahyani, A. N., Masturo, A. H., Pembangunan, U., Veteran, N. ", Timur, J., Haqiqi, A., & Jannah, N. M. (2022). *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement Pendampingan dan Pengembangan UMKM di Kelurahan Kepanjenlor melalui Re-Branding*. 01, 195–204. <https://doi.org/10.56855/income.v1i2.93>
- Rinaldi, K., & Natadjaja, L. (n.d.). *ANALISIS PENERAPAN TEORI PSIKOLOGI DESAIN PADA INSTAGRAM LAWLAWLAND.ID*.
- Rusly Sihombing, R., Laura Hardilawati, W., Fikri, K., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, P. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PAKAIAN FORMAL PRIA MEREK CARDINAL DI MATAHARI MALL SKA PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1). <https://www.topbrand-award.com/>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).

- Shaila. (n.d.). *PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Siswanto, R. (2023). *Desain Grafis Sosial: Narasi, Estetika, dan Tanggung Jawab* (Heni Cicilia, Ed.). PT KANISIUS.
- Sri, Wahyuningsih, S.Sos., M. S. (2015). Sri Wahyuningsih Desain Komunikasi Visual. In *UTM PRESS*.
- Umar, F., Baharuddin, A., & Aslinda, A. (2022). *STRATEGI POSITIONING DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. PLANET BECKHAM 18 DI KABUPATEN GOWA*. <http://ojs.unm.ac.id>
- Utami, M. P., Soegijapranata, U., Pawiyatan, J., Sel, L., Iv, N., Duwur, B., Gajahmungkur, K., Semarang, K., & Tengah, J. (n.d.). *PENGUNAAN MATERIAL PADA KEMASAN OLAHAN MAKANAN PRODUK UMKM DI SEMARANG* (Vol. 3, Issue 1).
- Valentino, D. E., Lp3i, P., & Pekanbaru, K. K. (2019). *PENGANTAR TIPOGRAFI* (Vol. 6, Issue 2).
- Varlina, V., Jagat, A. P., & Albani, B. T. (2022). *The Nature and Power of Logo: The Development of Aesthetic and Semiotics* (Vol. 21).
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Pengantar Desain Grafis. In *Pengantar Desain Grafis* (Issue 1).
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>