

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker A. D. (2016). *Manajemen Pemasaran Strategi*. (Edisi ke-8). Salemba Empat: Jakarta.
- Ahmed, R. R., dkk. (2014). Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior. *European Journal of Scientific Research* 202X *European Journal of Scientific Research*, 120(2), 1450–216. <https://doi.org/10.13140/2.1.2343.4885>
- Akbar, A. R., Kalis, M. C. I., Afifah, N., Purmono, B. B., & Yakin, I. (2023). The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention. *South Asian Research Journal of Business and Management*, 5(1), 10–18. <https://doi.org/10.36346/sarjbm.2023.v05i01.002>
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Ambrose Gavin, P. H. (2011). *Packaging the Brand: The Relationship Between Packaging Design and Brand Identity*. AVA Publishing SA.
- Anisa, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Milo Activ-Go UHT. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3), 408–416. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.37175>
- Ashaduzzaman, M., & Mahbub, F. (2016). Understanding the Role of Packaging Elements on Buying Detergent Powder in Dhaka City: A study on Bangladesh. *Asian Journal of Business Research*, 6(1). <https://doi.org/10.14707/ajbr.160019>
- Assael, H. (1987). *Perilaku Konsumen dan Tindakan Pemasaran* (edisi ke-3). Kent Publishing Company: Boston.
- Atidira, R., Telagawathi, N. L. W. S., & Kusuma, G. W. (2019). *Analysis of Brand Image and Promotions and their Effect on Purchase Decisions*. 103(Teams 19), 210–214. <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.34>
- Bajang, B. P., dkk. (2016). the Influence of Packaging Design, Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention (Case Study: University Student Customers of Maxx Coffe Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 110–120.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771. <https://media.neliti.com/media/publications/255237-pengaruh-celebrity-endorser-dan-brand-im-6b860004.pdf>

- Chintya, A. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 83. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2019.142.338>
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236–251.
- Deliya, M. M., & Parmar, B. J. (2012). Role of Packaging on Consumer Buying Behavior—Patan District. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(10), 49–67.
- Dhurup, M., & Chawla, D. (2014). The Impact of Packaging Design on Consumer Purchase Decision: A Conceptual Framework. *International Journal of Marketing and Business Studie*, 4(2), 101–112.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghulam, A. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Sea Master (Studi kasus di Desa Panipahan Kecamatan Pasir Limau Kapas). *Analisis Manajemen, (Fakultas Ekonomi Islam Negeri Sumatera Utara, 2017)*, 1–7.
- Juliana, E. & Telagawathi, N. L. W. S. (2017). Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(3), 1–8. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i3.178>
- Kanuk. (2016). *Perilaku Konsumen*. PT Indeks.
- Karunia. (2016). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Brand Image (Studi pada Air Minum dalam Kemasan Ades)*. 4(June), 2016.
- Keller, K. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Global Edi). Pearson Education.

- Kenneth, E. & Donald, B. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Kimchuk, Marianne R, & Krasovec, C. (2010). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (13 (ed.)). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management (Global Version)* (15 th). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management 16 Edition* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2* (12th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K. (2022). *arketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kusuma, A. & Putri, I. (2020). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 123–135.
- Landa, R. (2018). *Graphic Design Solutions* (6th ed.). Cengage Learning.
- Limakrisna, S. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Kedua* (2nd ed.). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Louw, A. & Kimber, M. (2007). *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*.
- Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan terhadap Citra Merek serta Preferensi Merek di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Maulani, A. N., Fetrianggi, R., & Prana, I. S. (2021). Analisis Pengaruh Desain Kemasan dan Brand Image Kopi Good Day Pada Minat Beli Konsumen. *Jurnal UPI (Finder)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.17509/finder.v1i1.34056>
- Megasari, N. & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) oleh Beauty Vlogger dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Lipstik Maybelline di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5 (2), 334–344.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal*

Ekonomi Manajemen, 2(2), 48–54. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i1i1.45579>

- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 140–148. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.58952>
- Novitasari, dkk. (2023). Pengaruh Desain Kemasan dan Brand Image Kopi Good Day Versi Speecial Edition Indonesia Banyak Rasa Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Adat*, 5(1), 9–16.
- Oppy N., dkk. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Merek ADES. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 353–362. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1i2.2035>
- Pratiwi, D. E., dkk. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sabun Mandi Lifebuoy di Kota Semarang. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional LPPM UNISKA*, 1(1), 123–134.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta.
- Putra, V. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *Performa*, 5(4), 350–359. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1790>
- Renaldi, P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum dalam Kemasan Merek Nescafé. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 163–170. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.39647>
- Rizky, A., & Astuti, S. (2022). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Brand Image dan Minat Beli pada Produk Minuman Siap Minum di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Dan Manajemen*, 15(2), 45–60.
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, I. N., & Subagio, H. D. (2018). Influence of Packaging Design, Promotion and Brand Image on Consumer Buying Interest (Study Case of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk). *IJIEEB : International Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 1(2), 68–78. <https://doi.org/10.29138/ijieeb.v1i2.762>
- Rosandi, S., & Sudarwanto. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra Studi Kasus Pada Cafetaria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1–16.
- Sahabuddin, R., dkk. (2023). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Buying Interest of Wizzmie Consumers in Makassar City. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan

- Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 47–56.
- Solomon, M. dkk. (2014). *Consumer behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wahyuni, I., & Ernawati, S. (2020). Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(1), 49–53. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i1.7815>
- Wang, dkk. (2019). The Impact of Packaging Design on Brand Image and Purchase Intention: Evidence from the Beverage Industry. *Journal of Consumer Marketing*, 36(4), 522–531.
- Widyaningrum, R., & Musadad, I. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Garnier. *Jurnal Manajemen*, 22(3), 409–422.
- Yudhanto, Y. (2018). *Information Technology Business Start-Up Ilmu Dasar Merintis Start-Up Berbasis Teknologi Informasi untuk Pemula*. PT Alex Media Komputindo.