

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Fuad, M. Dkk. 2006. *Pengantar bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hikmat, M.M. 2011. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendi, O.U. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Cet. Ke-3*. Bantung: Citra Aditya Bakti.
- Akbar, Fauzi. 2017. Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli pada Toko Buku Jelita di Belawan.
- Erlyana, Yana. 2019. Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal terhadap Minat Beli Menggunakan Model View: Studi Kasus Kripik.
- Suharto Cenadi, Christine. 2000. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran.
- Mariana, Neni. 2020. Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Sepeda Motor Honda Scoopy di Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Adeli, Stephanie. 2020. Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee.
- Putra, Widiensyah. 2018. Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Harga, Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim pada Galeri Elzatta Palembang Square Mall.
- Prabhowo, Aditya. 2018. Analisa Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implusif.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes : a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11), 1495–1517. <https://doi.org/10.1108/03090560710821279>

- Smith, P., & Taylor, J. (2004). *Marketing Communication : An Integrated Approach*. (K. K. Limited, Ed.). London.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Zekiri, J., & Hasani, V. (2015). The Role and Impact of The Packagain Effect on Consumer Buying Beheviour. *Ecofourm Journal*, 4(2).
- Listyawati, Hastuti Indri. 2016. Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen.
- Publica, Facta Nehru Brahm dan Widodo, Arry. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Convers All Stars Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Telkom angkatan 2012-2015.
- Muhajirin & Maya, Panorama. 2017. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisi Kasus Intergrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Simamora, Bilson. 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ansyah, Ardi. 2017. Pengaruh Desain Produk Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike.
- . Cahyorini, A., & Rusfian, E. Z. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science and Organization*, 18(1), 11–21.
- Coulson, N. S. (2000). An application of the stages of An application change model to consumer use of food labels. *British Food Journal*, 102(9), 661–668.
- Dhamera, V. (2014). Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk , kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap

Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1), 1–44.

Djarwanto, P., & Subagyo, P. (1993). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.

Duarte, P., Raposo, M., & Ferraz, M. (2013). Drivers of snack foods impulse buying behaviour among young consumers. *British Food Journal*, 115(9), 1233–1254. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2011-0272>

Farooq, S., Habib, S., & Aslam, S. (2015). Influence of Product Packaging on Consumer Purchase Intentions. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(12), 538–547.