

## DAFTAR PUSTAKA

- Akrom, M., C., 2013 Pengaruh kemasan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian konsumen kripik paru UMKM Sukorejo Kendal. Universitas Negeri Semarang.
- Cahyorini, & Rusfian. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & Organization*, 11-21.
- Desmet., 2002, 'Designing Emotion', *International Journal of Design*.
- Dicasani, A., & Hari Purnomo, H. (2016). Desain Kemasan Bahan Dapur Berbentuk Serbuk. *Desain Kemasan Bahan Dapur Berbentuk Serbuk dengan Menggunakan Pendekatan*, 22, 400-408.
- Syamsudin, M. F. Wajdi, dan A. N. Praswati. (2015). Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa. *Desain Kemasan Makanan*, 19,, 181-188.
- Kartajaya., 1996, *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuck, M., & Krasovec, S. (2007). Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, (2012:27). *Manajemen Pemasaran Edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Gary Armstrong, (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Mustikiwa, M., & Marumbwa, J. (2013). The Impact of Aesthetic Package Design Elements on Consumer Purchase Intention: A Case of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe. *IOSR Journal of Business and Management*, 8(5), 64-71.
- Nagamachi., 2002. M. Kansei Engineering as a powerful consumer - oriented technology for product development. *Applied Ergonomics*. 33, p. 289-294.
- Nagamachi., 2010. *Perspective And The New Trend Of Kansai / Affective Engineering. The TMQ Journal*, 20(4), 290-298.

- Nilsson, Johan & Ostrom, Tobias. (2005). Packaging as a Brand Communication Vehicle. Thesis of Lulea University of Technology.
- Nugroho, S., Pujotom, W. D., Ulkhaq, M. M., & Permadi, D. T. (2017). Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan. *Perfoma*, 16(1), 77-86.
- Rizaldi, A. S. (2017). *Redesign* Kemasan Produk Egg Roll Diva Cookies Bojonegoro Menggunakan Metode *Kansai Engineering* dan *Value Engineering*. Semarang.
- Schutte, S., 2002. *Designing feeling into products integrating Kansei Engineering methodology in product development*. Sweden: Linkoping University.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2005). The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41, 1495-1517.
- Sulistiyoningrim, C. E., & Sabit, M. I. (2018). Perancangan Spesifikasi Desain Kemasan Sambal Instan Khas Indonesia Menggunakan *Kansei Engineering* Dan Analisis Faktor. *Seminar Nasional IENACO*, 2337-4349.
- Tesavrita, C., Suryadi, D., & Brachmantiyoko, Y. (2012). Perancangan Ulang Kemasan Produk Sampo Dengan Mempertimbangkan Emosi Konsumen Berdasarkan Metode Kansei Engineering. *Seminar Nasional Ergonomi dan Kongres Nasional PEI*.
- Tjiptono, F., 2002. Strategi pemasaran. Yogyakarta: *Andi Offset*.