

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2015). *Aaker On Branding*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- 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>
- Antoni, & Herianto, M. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Mobil Toyota Etios Valco (Studi Pada PT. Agung Automall Pekanbaru). Dalam *JOM FISIP* (Vol. 4, Nomor 1).
- Armstrong, G. *et al.* (2019). *Marketing: An Introduction*. London : Pearson Education.
- Bahransyah, M. A., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Topi Kulit Eervoleather. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>
- Clara, C. (2021). Pengaruh Desain Dan Manfaat Kemasan Terhadap Minat Pembelian Fmcg. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 19(1), 01–24. <https://doi.org/10.32524/jkb.v19i1.109>
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beautyhome di Demak). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2168. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1903>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Universitas Diponegoro.
- Hair *et al.* 2015. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice-Hall.
- Hapsari, F. M., Sudarwati, & Marwati, F. S. (2022). Pengaruh brand trust, media sosial dan online consumer review terhadap minat beli. *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 14(1), 2022–2091. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10747>
- Hardiyanti, I., & Fadilla, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Skincare Bebwhite C Di Kabupaten Karawang Tahun 2021. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 143–160. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i1.1923>

- Harwani, Y., & Sakinah, A. A. (2019). The Influence Of Brand Awareness, Packaging Design And Word Of Mouth On Purchase Intention. Vol.120.No.04. <http://www.theramenrater.com>
- Hung, D. K. M., Sin, L. G., Yuan, N. Z., Ni, N. L. Y., Wen, N. K., Fang, N. S., Rayhan, M., Ali, M. H., Yose, J. W., & Muhsyi, U. A. (2023). The Influence of Customer Satisfaction, brand trust and Brand Loyalty on Purchase Intention: A Study of McDonald's in Malaysia. *International Journal of Tourism & Hospitality in Asia Pasific*, 6(2), 88–101. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v6i2.2343>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Edisi Pertama. Surabaya : Unitomo Press.
- Julianto, Y. A., & Harimurti, C. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Vans Di Summarecon Mall Kota Bekasi. Dalam 207/ *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 1). <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. (16th ed). London : Pearson Education.
- Maknunah, L., & Rachmat, B. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Trust, Economic Benefits, and Brand Attitude Toward Purchase Intention on Iphone in East Java. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(2), 308. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i2.1484>
- Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. 2(1).
- Meilani. (2014). Pencitraan Desain Kemasan Oleh-Oleh Jepang. *Dalam Pencitraan Desain* Vol.5 No.2. <http://id.wikipedia.org/wiki/Pengemasan>
- Mubyl, M., Mariah, & Saskia, A. L. (2021). Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen By. *Uwibama*. 3, 112–115.
- Muflihah, O. N., Susanto, H., & Fitrianti, D. (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.v11i2.2035>

- Mulyaputri, V. M. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya. Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Ngurah, G., Krisnawan, D., & Jatra, I. M. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Association on Smartphone Purchase Intention (Case Study in Denpasar). Dalam *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Nomor 5). [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Putra, N. N., Purwidiani, N., Kristiastuti, D., & Anna Nur, C. A. (2020). Analisis Jenis Dan Desain Kemasan Snack Keripik Singkong Terhadap Minat Beli Konsumen (Vol. 9, Nomor 2). <http://www.qtelasnack.com/>
- Rahmawati, D. I., & Redjeki, A. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Dunkin Donuts (Studi Kasus Pada Konsumen Di Koja, Jakarta Utara). Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 1). <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. Vol.1 No.1. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Renaldi, A. P., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Serta Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum Dalam Kemasan Merek Nescafe Di Singaraja. 5.
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *110 Jurnal EMBA*, 8(4), 110–119.
- Riyanto, J., & Cahya, Dwi Septian. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). <http://ejournal.unisnu.ac.id/jrm/>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : CV BUDI UTAMA.
- Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi Pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya).

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Edisi Pertama. Yogyakarta : penerbit KBM indonesia.
- Saleh & Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* . Makasar : CV. Sah Media.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. 2 ( 2).
- Sofa, A. Y., & Parmariza, Y. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Country of Origin, dan Desain Produk pada Minat Beli Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 51–56.
- Sudarso. (2020). *Manajemen Pemasaran* . Jember : CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Dalam *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Nomor 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Sumual, P. S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2023). Analisis Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mobil Di Pt. Hasjrat Abadi Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. 11, 1271–1282.
- Sutisna dan Susana. (2020). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offside.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian* . Edisi Pertama. Riau : UR Press.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* .Edisi pertama. Yogyakarta : Bobby Digital Center.
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.8>
- Tunky, H., & Cliff, K. (2016). Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation Di Surabaya. Dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Nomor 5).

Utami, P. R. (2021). Analisis Desain Kemasan Produk Kue Kering Titta Snack Di Harapan Raya Kota Pekanbaru : dipublikasikan.

Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara. 05(02), 277–286.

Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. 12, 61–68.  
[https://doi.org/10.9744/Pemasaran.12.2.61–68](https://doi.org/10.9744/Pemasaran.12.2.61-68)