

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2013) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Abdullah, T. dan F. T. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Adi, B. W. (2015) *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarmasin*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ahmad, M. (2007) *Hukum kontrak:Perancang kontrak*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Alma, B. (2005) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alma, B. (2012) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ambarwati, Miki, Sunarti, dan M. K. Ma. (2015) '(Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)', *Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), pp. 1–7.
- Ardiansyah, M. A. (2012) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Arikunto (2010) *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chairiza (2012) *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Andalas di Bandar Lampung*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Danger, E. P. (1992) *Memilih Warna Kemasan*. 1 Seri Umu. Jakarta: Pustaka Brema Pressido.
- Dwiyanti, E. (2008) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*. Universitas Diponegoro.
- Fandy, T. (2011) *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia.

- Ghozali, I. (2012) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Huang, C. C, et. al (2014) ‘The Relationship Among Brand Equity, Customer Satisfaction and Brand Resonance to Repurchase Intention of Cultural and Creative Industries in Taiwan’, *The International Journal of Organizational Innovation*.
- Illiatu Soleha, Rois Arifin, dan A. R. S. (2016) ‘Prodi manajemen pemerintahan’, *Riset Manajemen Prodi Manajemen*, pp. 166–176.
- Kamilah, G. (2017) ‘Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli’, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2), pp. 1–18.
- Kanuk, dan S. (2004) *Perilaku Konsumen*. 7th edn. Jakarta: Prentice Hall.
- Kartajaya, H. (2010) *Brand Operation The Official MIM Academy course book*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Keller, dan K. (2009) *Manajemen Pemasaran*. 13, Jilid edn. Jakarta: Erlangga.
- Keller, dan K. (2012) *Marketing Management*. 14. Global. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane, K. (2016) *Marketing Management*. Edited by 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P. (2009) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2012) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 13th edn. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Yuni dan Wicaksono, S. D. (2009) ‘Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen di Apotek Barito Farma Sukoharjo’, *Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(3), pp. 259–277.
- Mahwiyah (2010) *Pengaruh Labelisasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. UIN Syarif Hidayatullah :Jakarta.
- Maunaza, A. (2012) *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen*. Universitas Diponegoro.
- 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), pp. 48–54. Available at: <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>.

- Mursid, M. (2010) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mutikiwa, M. & J. M. (2013) 'The Impact of Aesthetics Package design elemen on Consumer Purchase Intention: A Case of Locally Produce Dairy Products ini Southern Zimbabwe', *Business and Management*, 8(5), pp. 64–71.
- Raheem, Ahmed Rizwan, Parmar Vishnu, and M. A. (2014) 'Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior', *European Journal of Scientific Research*, 122(2), pp. 125–134.
- Rambe, Y. and Afifuddin, S. (2012) 'Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)', *Ekonomi dan Keuangan*, 1(1), pp. 36–45. Available at: <http://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/616>.
- Rangkuti, F. (2008) *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia.
- Ratnawati, H. and Putranti, D. (2016) 'Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan Dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Amdk Kota Semarang)', *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, pp. 87–98.
- Resmi, N. and Wismiarsi, T. (2015) 'Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik', *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), pp. 1–20.
- Rusfian, & C. (2011) 'The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying', *Administrative Science & Organization*, pp. 11–21.
- Saladin, D. (2007) *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sandi, A., Marsudi., end Rahmawanto, D. (2011) 'Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi', *Manajemen Bisnis*, 1(2), p. 138.
- Shaari, J., & Shahira, N. (2010) 'Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study', *International Review of Business Research Papers*, 6(4), pp. 444–456.
- Sofian, A. S. M. & S. (2011) *Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan*

Daya Tarik Iklan terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen. Universitas Diponegoro.

- Sugiyono (2009) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D*. 14th edn. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014) *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surachman, S. A. (2008) *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suryani, T. (2008) *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tengor, G., Kawet, L. and Loindong, S. (2016) 'Pengaruh Merek, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), pp. 367–375.
- Usmara, A. (2008) *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Amara Books.
- Wibisaputra, A. (2011) *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Wijayanti, T. (2012) *Marketing Plan, perlukah?* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yuli Mutiah, Rambe, dan S. A. (2012) 'Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah)', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(1).
- Zulkarnain, W. Y. dan U. (2AD) 'Pengaruh Kemasan, Kualitas, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara', 2012, pp. 342–351.