

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, S., & Rasmikayati, E. (2017). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 14(2), 100–126.
- Akbar, I. F., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2022). Analisis Komparasi Preferensi Konsumen Pada Cita Rasa Kopi Kapal Api dan Koffie. *Buana Ilmu*, 7(1), 156–171.
- Alnassar, A. (2024). The Effect Of Color On *Packaging Design Of Coffee In North Cyprus. ScienceOpen Preprints*.
- Amanda, S., & Rosiana, N. (2023). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia dalam Menghadapi Perdagangan Kopi Dunia. *Forum Agribisnis*, 13(1), 1–11.
- Andiani, A. A. (2018). *Pengaruh Servicescape terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kafe Kopi di Kota Bogor (Studi Kasus Kopi Oey dan Coffee Toffee Bogor)*.
- AR, A. N. S., & Satriawan, P. I. (2018). Faktor-faktor demografi yang berdampak terhadap kepatuhan WP badan (UMKM) di kota Palembang. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 2(2), 101–115.
- Araminta, S., Sari, N. P., & Muryeti, M. (2024). Analisis Elemen Kemasan Sekunder Pembalut Dengan Metode Rough Set. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains Dan Teknologi*, 9(2), 157–163.
- Azra, I., Santoso, K. M., Tiffani, M., Kerenhappuch, W., & Wikansari, R. (2023). *Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Dengan Brazil Di Pasar Internasional. E-Jurnal EP Unud*, 11(11), 4132–44142.
- Basda, M. I., Hasan, I., & Rasyid, R. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk. Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5(2), 158–167.
- Badan Pusat Statistik Indonesia 2018
Badan Pusat Statistik Indonesia 2019
Badan Pusat Statistik Indonesia 2020
Badan Pusat Statistik Indonesia 2021
Badan Pusat Statistik Indonesia 2022
- Chen, H., Chen, H., & Tian, X. (2022). *The dual-process model of product information and habit in influencing consumers' purchase intention: The role of live streaming features. Electronic Commerce Research and Applications*, 53, 101150.
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). *Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. Asia Pacific Journal of Management*, 41(2), 745–783.
- Cinantya, I. G. (2017). Kajian visual estetik pada desain kemasan produk coklat UKM kelompok tani elok Mekar Sari Surabaya. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 16(2), 6–12.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Darmawan Agus, A. (2021). Analisis Visual Desain Kemasan Kue Mochi Kaswari Lampion Sukabumi. *Jurnal Dasar rupa: Desain Dan Seni Rupa*, 3(1), 1–10.
- Darmawati, E. (2020). Rancangan Model Purwarupa Kemasan Kopi Specialty. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1).
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). *Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku Pencegahan Demam Berdarah*.
- Donovan, J., & Hurdawaty, R. (2022). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Es Kopi Susu (Studi Kasus Pada Konsumen Ombe Kofie*

- Summarecon Mal Bekasi). *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 2(2), 67–84.
- Erlyana, Y. (2019). Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model View: Studi Kasus Keripik Maichih. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2, 302–308.
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan peranan dan fungsi kemasan produk dalam dunia pemasaran desa yosowilangun lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22.
- Ernawati, E., Sari, R. N., & Septianti, S. (2022). Visual Branding Kemasan Olahan Bandeng sebagai Makanan Lokal pada Usaha Kecil dan Menengah: Studi Kasus Kemasan Produk Bandeng Bu Zuhro. *Jurnal Desain*, 9(3), 326–338.
- Ewit, & Nurfa. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik. *Aksioreligia*, 2(1), 13–27.
<https://doi.org/10.59996/aksioreligia.v2i1.398>
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., & Sopotra, J. (2023). *Produk Dan Merek* (D. Fachrurazi (ed.)). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Kementerian Pertanian Indonesia (2023). Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2023.
- Khuong, M. N., & Hong, T. M. (2016). *The Impact of Product Packaging Design on Consumer Repurchase Intention--A Study of Vina Milk, Vietnam*. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 7(5), 219.
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. H. (2018). *The Impacts of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8–13.
- Krishna, A., Cian, L., & Aydinoglu, N. Z. (2017). *Sensory aspects of package design*. *Journal of Retailing*, 93(1), 43–54.
- Lenti, M., Beni, S., & Sadewo, Y. D. (2020). *Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen*. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 9–19.
- Manafe, L. A., & Anigomang, F. R. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada Cv. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo*. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 81–89.
- Muas, S. A., Busaeri, S. R., & Rasyid, R. (2023). *Analisis Faktor Preferensi Konsumen Dalam Memilih Kedai Kopi (Coffee Shop)*. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 4(2), 137–146.
- Mufidah, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. News. Ge (Issue March).
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(2), 181–191.
- Murtalaksono, A., Santoso, D., Rasni, R., Annisa, B., & Jafar, R. (2023). *Penerapan Teknologi Formulasi Nutrisi Esensial Hidroponik Di Kelompok Petani Hidroponik Smart Hidroponik Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Di Kota Tarakan. Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 234–241.
- Mutaqin, F., & Maharani, S. (2023). *Analisis Pengaruh Desain Kemasan Pada Konsumen Dalam Membeli Produk Makanan Tradisional Rengginang Rang-Rang*. *Jurnal Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 5(2), 38–47.
- Nopitriyani, S., Putri, M. T., Fauziyyah, N. W., & Prasaja, D. (2023). *Analisis Kopi Organik Indonesia Di Pasar Amerika Serikat*. *Jurnal Economina*, 2(12), 3593–3601.
- Nugrahani, R. (2015). *Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan UMKM*. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127–136.
- Oktavia, W. (2018). *Analisa Desain Visual dan Verbal Kemasan Parfum Eskulin terhadap*

- Ketatnya Persaingan Globalisasi. *Linguistik: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 2(1), 82–95.
- Parassih, E. K., & Susanto, E. H. (2021). Pengaruh visual packaging design (warna, bentuk, ukuran) dan packaging labeling (komposisi, informasi nilai gizi, klaim) terhadap purchase intentions produk makanan dan minuman dalam kemasan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 66–71.
- Peter, A., Widiatoro, B., Prastomo, A. D., & Maya, P. U. (2018). *Cara Jitu Merencanakan Produk UMKM*. PT. KANISUS.
- Pramesti, R. D. (2021). Analisis Fitur dan Elemen Desain Kemasan Bakpia Kenes Terhadap Persepsi Konsumen. *Wahana*, 73(2), 74–87.
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Warna Pada Desain Kemasan Makanan Khas Daerah Terhadap Persepsi Konsumen. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2, 174–180.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basis Data Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679–686.
- Pravitasari, I. S. (2023). Tinjauan Ilustrasi Pada Desain Kemasan" Teh Tjap Gardoe" Ditinjau dari Elemen Visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(01), 1–18.
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. CV. Media Sains Indonesia.
- Rahardjo, S. T., & Pramusita, R. D. (2016). Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02), 103–120.
- Ramadhan, A., Haeril, F. K., & Medina, R. (2019). Kajian Visual Kemasan Sebagai Media Informasi. *Mavis: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(02), 43–55.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., Sukayat, Y., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Consumer Behavior: Purchase Pattern Of Coffee, Preferences, Satisfaction And Loyalty Of Coffee Shop Consumer. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Juli, 6(2), 969–984.
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience*, 1(3), 548–562.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Sari, N. L. D. I. D. (2013). Elemen visual kemasan sebagai strategi komunikasi produk. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 6(1).
- Sholah, I., & Mada, Y. P. (2021). Pengaruh Desain Kemasan dan Ecommerce Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Herbal dan Rempah Madura. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4).
- Sholehuddin, T. A. (2018). Pengaruh Desain Kemasan Visual Terhadap Persepsi Kualitas Produk, Nilai, Dan Preferensi Merek Pada Produk Es Krim Wall's. *Calyptra*, 7(1), 2008–2027.
- Sinaga, S. (2022). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit dan Makanan Ringan PT Siantar Top Tbk Pada Siswa Siswi SMA Santa Lusia Bekasi. *Pandita: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 5(1), 51–60.
- Suci, A., Maryanti, S., Hardi, H., & Sudiar, N. (2022). Willingness to pay for traditional ready-to-eat food packaging: examining the interplay between shape, font and slogan. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(8), 1614–1633.
- Suhardi Purwanto, S. K. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Edisi. Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk

- Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen:(Studi Kasus Kopi Yamira). Jurnal Administrasi Bisnis, 13(2), 111–115.*
- Susanti, L. (2021). *Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan terhadap Variasi Produk dan Kemasan Produk. Journal of Management and Bussines (JOMB), 3(2), 104–112.*
- Syaifuddin. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. Informatika Ekonomi Bisnis, 6(1), 240–245.* <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>
- Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). *Pengujian validitas dan reliabilitas konstruk hope. Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan, 1(2), 128–135.*
- Tersiana, A. (2018). *Metode penelitian.* Anak Hebat Indonesia.
- Trigui, I. T., & Abdelmoula, M. (2019). *The Effect of Packaging Size on Purchase Intention: The Case of Tunisian Olive Oil in the USA Market. International Journal of Business and Economics Research, 8(5), 320–324.*
- Tubagus, S., & Tahir, N. H. (2021). *Preferensi Konsumen Terhadap Minat Dan Kepuasan Minum Kopi (Studi Kasus Cafe Quba Kitchen Manado). Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics, 1(1), 21–29.*
- Velasco, C., & Spence, C. (2019). *The role of typeface in packaging design. Multisensory Packaging: Designing New Product Experiences, 79–101.*
- Waheed, S., Khan, M. M., & Ahmad, N. (2018). *Product packaging and consumer purchase intentions. Market Forces, 13(2).*
- Wang, Y., & Park, J. (2024). *Innovative Application of Traditional Patterns in Furniture Design. 5(1), 1–3.*
- Widati, E., & Utami, U. (2021). *Hasil Strategi Pemasaran yang Diterapkan Oleh Usaha Mikro Waroeng Dialog Kopi. Jurnal USAHA, 2(2), 45–54.*
- Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). *Packaging as a source of information about food products. Procedia Engineering, 182, 770–779.*
- Yeo, S.F., Tan, C.L., Lim, K.-B., & Khoo, Y.-H. (2020). *Product packaging: Impact on customers' purchase intention. International Journal of Business and Society, 21(2), 857–864.*