

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, K., & Ali, H. (2025). Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 2(3), 128–139. <https://doi.org/10.38035/jhesm.v2i3.279>
- Anisah, H. U. (2025). *Desain Komunikasi Visual (Teori dan Praktik)*. www.sanabil.web.id
- Arianto. (2024). *Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif*. https://www.academia.edu/126558992/Triangulasi_Metoda_Penelitian_Kualitatif
- Arum, Lingga & Zahrani, Amira & Duha, Nickyta. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*. 2. 59-72. 10.62108/asrj.v2i1.5812.
- Astuti, Y. P. D., Prasadhya, I. B. G., Mulya, D. N., & Tama, A. U. A. (2023). Perluasan Pemasaran Umkm Melalui Design Thinking, Re-Branding, Dan Pemanfaatan Marketplace Di Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. *Jurnal Bakti Humaniora*, 3(1), 20–27. <https://doi.org/10.35473/jbh.v3i1.2429>
- Belliza, A., & Kusumawati, N. (2024). *The Influence of Visual Attributes in Packaging Design on Generation Z's Dessert Snack Purchasing Decision*. 2(1), 57–74. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v2i1.175>
- BPJPH. (2025). Sambut wajib halal Oktober 2026, Kepala BPJPH serukan tertib halal sebagai strategi penguatan bisnis. <https://bpjph.halal.go.id/detail/sambut-wajib-halal-oktober-2026-kepala-bpjph-serukan-tertib-halal-sebagai-strategi-penguatan-bisnis/>

- Elfani, N. Z., & Nugroho, B. Y. (2022) Achieving Competitive Advantage and Mitigating Disruption Through Strategic Planning with SWOT Analysis: A Literature Review, (7) 12, <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.11588>
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Humairrah, N. R. (2023). *PENINGKATAN BRAND AWARENESS MUSUME COSMETICS MELALUI DESAIN KEMASAN PUBLIC RELATION (PR) PACKAGE*. 3(2), 481–494.
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afghani, M. W. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826-833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Istianah, R. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh. *Irama: Jurnal Seni, Desain Dan Pembelajarannya*, 4(1), 33–44. <https://doi.org/10.17509/irama.v4i1.49133>
- Junia, M., Claesya, C. F., Firmansyah, M., Gita, L., Girsang, P., Hasibuan, A., Esvika, D., Husna, A., Zahwa, S., & Nur, F. A. (2025). Filosofi nilai budaya tradisional: Melalui makanan yang sedap yaitu Bolu Kemojo sebagai ikon khas masyarakat Melayu Riau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2166-2172. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1873>
- Mamis, S., Paharuddin, Handayani, E. A., Rumra, F., & Hermanto, Y. A. L. (2023). Desain komunikasi visual (A. Asari, Ed.). Mafy Media Literasi Indonesia.L.
- Marasabessy, Echa & Adristy, Talitha & Taryana, Asep. (2025). STRATEGI DESIGN THINKING UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS MALCCA : INOVASI DALAM MENYASAR KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. 9. 2679-2690. [10.31955/mea.v9i2.6011](https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.6011).
- Maturbongs, T., Tanihatu, M. M., & Saleky, S. R. J. (2024). Desain Kemasan Dan Label Produk Enbal Pada UMKM Nen Te Idar Desa Ngilngof, Maluku Tenggara.

Jurnal Administrasi Terapan, 3(3), 168.

Patel, M., Chauhan, R., Patel, H., Kalariya, K., & Soni, P. (2024). Packaging perception: Unveiling consumer insights for brand success. 1(3), 1-11.
<https://doi.org/10.47134/jbea.v1i3.296>

Pemerintah Provinsi Riau. (2024). Jumlah UMKM di Pekanbaru meningkat, 63 didominasi kuliner dan ekonomi kreatif.
<https://mediacenter.riau.go.id/read/87579/jumlah-umkm-di-pekanbaru-meningkat-didominasi.html>

Prabowo, D. M. (2024). Marketing strategy analysis using SWOT analysis method. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 1581-1591.
<https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/4120266>

Rachmawati, E., & Akbar, H. (2025). *Brand Awareness and Sustainability in Shaping Promotion Strategies in Indonesia*. 16(1).
<https://doi.org/10.18196/mb.v16i1.24545>

Ramadhan, G. B. & Firdausiah, R. A. (2024). Pendekatan Metode Design Thinking Dalam Perancangan Inovasi Produk. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* 3(3), pp. 918-928. DOI: <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.3.25>.

Regina, T., Sugiyono, S., & Hendriyani, M. (2025). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM sektor kuliner. *KOMPLEKSITAS: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 14(1), 7–17.
<https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol14no1.660>

Rifiyah, D., & Wianti, W. (2025). *Pengaruh Estetika Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik OMG di Kalangan Milenial dan Gen Z Pada Kelurahan Sukabumi Utara*. 3(c), 108–114.

Rohmatillah, Renzy & Oktaviani, Nabila & Dewi, Diana. (2025). Perancangan Desain Kemasan Minuman Teh Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual*. 7. 154-164. [10.32664/mavis.v70i2.2006](https://doi.org/10.32664/mavis.v70i2.2006).

- Setyawan, H., Zainudin, A., & Purhita, E. J. (2025). Pengembangan label desain kemasan susu kefir guna peningkatan brand awareness Wow Suke. *Jurnal Desain dan Bisnis*, 18(1), 199-218. <https://doi.org/10.51903/pixel.v18i1.2737>
- Shoriah, Darvinna & Sunysca, Milcy & Razzaq, Abdur & Nugraha, Muhamad. (2025). PENGARUH DESAIN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK EAT SAMBEL. *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik*. 5. 22-30. [10.51878/academia.v5i1.4912](https://doi.org/10.51878/academia.v5i1.4912).
- Sugiyarto, E., & Maryami,. (2026). PENGAPLIKASIAN MOTIF TRADISIONAL PADA DESAIN KEMASAN KECAP CAP GENTONG SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN BRAND LOKAL. *CREATIVA SCIENTIA*. 3. 1-18. [10.70429/creativascientia.v3i1.309](https://doi.org/10.70429/creativascientia.v3i1.309).
- Ultavia, A. B., Jannati, P., Malahati, F., & Qathrunnada, S. (2023). *KUALITATIF : MEMAHAMI KARAKTERISTIK PENELITIAN SEBAGAI METODOLOGI*. 6(0), 167–186.
- Yoseffane. (2022). PERAN ANALISIS PEST DALAM PERENCANAAN STRATEGIS PERUSAHAAN. 21(1), 53–60. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v21i1.89>
- Wulandari, N., Trarintya, M., Satriya, I., Parandita, I., Cahyani, N., Swara, N., (2023). Creative Packaging Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Kuliner “Serundeng” Sebagai Oleh-Oleh Khas Bali. *Jurnal Sewaka Bhakti*, 9(1), 36–43. <https://doi.org/10.32795/jsb.v9i1.3526>