

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Yusti., Suharyono., Yafie, A.S. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 35(2), 12-13.
- Arreira, R., Patrício, L., Jorgea, R.N. dan Magee, C.L. 2013. *Development of an Extended Kansei Engineering Method to Incorporate Experience Requirements in Product–Service System Design*. Journal of Engineering Design. Publisher: Taylor & Francis.
- Bachri, Bachtiar S. 2010. *Meyakinkan Validitas Data melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Teknologi Pendidikan. 10(1), 46-62.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2020). *Produksi Tanaman Perkebunan Rakyat*. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2021 dari <https://sumbar.bps.go.id/indicator/54/51/1/produksi-tanaman-perkebunanrakyat-.html>.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Kopi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Basrun, C., Umanailo M.C.B. 2018. *Teknik Praktis Grounded Theory*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis.
- Berger, K. R. .2002. *A Brief History Of Packaging*. Gainesville, Fla: EDIS.
- Bramantijo., Sutanto., Winardy, Evelyn A. 2014. *Perancangan Desain Ulang Kemasan Sari Markisa Merk “Bola Dunia dan Bintang Dunia” Sebagai Olahan Khas Makasar*.
- Budiasih, I Gusti A.N. 2014. *Metode Grounded Theory dalam Riset Kualitatif*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis. 9(1), 20-27.
- Bungin, B. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varias Kontemporer*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Cahyorini, Astri dan Rusfian, Zalfiana. 2011. *The effect of Packaging Design on Impulsive Buying*. Journal of Administrative Science and Organization. 18(1), 11-20.

- Diarta, I. K. S., Lestari, P. W., & Dewi, I. A. P. C. 2016. *Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia*. Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management), 4(2).
- Glaser, Barney G. 2001. *The Grounded Theory Perspective: Conceptualization Contrasted with Description*. Diakses pada 3 November 2021 pada <http://www.groundedtheory.com>.
- Hidayat, Y., & Triharyanto, E. 2016. *Peningkatan Daya Jual Aneka Produk Olahan Makanan Melalui Teknik Pengemasan Produk*. Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis, 19(10).
- Ibrahim, Malik dan Thawil, S.M. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB). 4(1), 175-182.
- Illavi, M. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Kemasan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Pada Konsumen UD. Bambu Murni Magetan Jawa Timur)*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kartika, C.L., Natassia, Rizky., Sari, M.K. 2013. *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Gelamai Merk Erina Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh*. Jurnal Pendidikan Ekonomi.
- Klimchuk, M. R. 2007. *Desain Kemasan Perencanaan Merk Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L., & Kotler, P. 2012. *Branding in B2B firms*. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Kosasih, M. P. P. 2016. *Keandalan, daya tanggap dan empati pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di princess cosmetic*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1(2), 2017-2016.
- Kusrianto, A. 2007. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Andi.
- Mahmudah, A. R., Hariyah, H. 2016. *Pengalaman Mahasiswa Dalam Melakukan Wirausaha Informasi: Penelitian Grounded Theory*. Jurnal Dokumentasi Dan Informasi, 37(2), 121-136.

- 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), 48-54.
- Mustikiwa, M., & Marumbwa, J. 2013. *The Impact of Aesthetic Package Design Element on Consume Purchase Intention: A Case of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe*. IOSR Journal of Business and Management.
- Natalia, N., & Yudoko, G. 2012. *Pembangunan Model Konseptual Pemilihan Moda Angkut Peti Kemas Rute Bandung–Jakarta Dengan Pendekatan Grounded Theory*. Journal of Technology Management, 11(2), 116859.
- Natassia, Rizky dan Sari, Mareta Kamala. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry*. Jurnal Praktik Bisnis (JPB). 5(1), 15-19.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nuvriasari, Audita dan Sari, P. D. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger*. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis (JPEB). 3(2), 75.
- Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. 2013. *Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis dan Gambar pada Kemasan Produk dengan pendekatan multidimensional scalling*.
- Shimp, T. A. 2000. *Advertising promotion. Supplemental Aspects of Integrated*, 4, 245-273.
- Silayoi, P., Speece, M. (2005). *The Importance of Attributes: a Conjoint Analysis Approach*. April 2013.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Winardy, E. A., Yoyok, B., dan Sutanto, R. P. 2014. *Perancangan Desain Ulang Kemasan Sari Markisa Merk “Bola Dunia Dan Bintang Dunia” Sebagai Oleh-oleh Khas Makassar*. Jurnal DKV Adiwarna, 1(4), 12.
- Wirya, I. 1999. *Kemasan Yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yudoko, Gatot. 2012. *Pembangunan Model Konseptual Daya Saing Penyedia Jasa Angkut Peti Kemas Rute Bandung-Jakarta dengan Pendekatan Grounded Theory*. Jurnal Manajemen Teknologi. 11(2), 150-166.

Yuliani, Dewi. 2019. *Aplikasi Grounded Theory untuk Studi Kasus*. Jurnal Inspirasi. 10(1), 56- 67.

Zulianto, E. .2010. *Analisis pengaruh penggunaan tagline dan persepsi konsumen dalam pembentukan brand awareness suatu produk: studi kasus pada iklan coca cola*.

