

DAFTAR PUSTAKA

- Ampuero, O., & Vila, N. (2006). Consumer Perceptions of roduct Packaging. *Journal of Consumer Marketing*, 23(2), 102–114. <https://doi.org/10.1108/07363760610655032>
- Amstrong, G., & Philip, K. (1997). *Dasar-dasar pemasaran, alih bahasa Alexander Sindoro ; penyunting bahasa Benyamin Molan* (1st ed.). Penerbit Prenhalindo.
- Anselm Strauss, & Corbin, J. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Arens, & Loebbecke. (1996). *Auditing Pendekatan Terpadu. "tr by" Amir Abadi Yusuf*. Salemba Empat.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2020). *Provinsi Sumatera Barat Dalam Angka 2020*. Sumatera Barat: Badan Pusat Statistik
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Perkembangan IKM Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Budiasih, I. G. A. N. (2014). Metode Grounded Theory Dalam. *Business*, 09, 61–68.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design. In *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed M ethods Approaches*.
- Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan UKM Kabupaten Agam. (2020). *Data UMKM Kabupaten Agam*. Kabupaten Agam: Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan
- 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.
- Mahmudah, A. R., & Hariyah, H. (2016). Pengalaman Mahasiswa Dalam Melakukan Wirausaha Informasi: Sebuah Penelitian Grounded Theory. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 37(2), 121. <https://doi.org/10.14203/jurnalbaca.v37i2.239>

- Mudra, I. W. (2010). Desain Kemasan Produk. *Titutitional Environment and Entrepreneurial Cognitions: A Comparative Business Systems Perspective. Entrepreneurship Theory and Practice.*, 564, 1–73.
- Natalia, & Yudoko, G. (2012). Pembangunan Model Konseptual Pemilihan Moda Angkut Peti Kemas Rute Bandung – Jakarta Dengan Pendekatan Grounded Theory. *Journal of Technology Management*, 11(2).
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nugroho, S., Pujotmo, W. D., Ulkhaq, M. M., & Permadi, D. T. (2017). Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan pada UMKM Center Jawa Tengah dengan Metode Kansei Engineering. *PERFORMA: Media Ilmiah Teknik Industri*, 16(1), 77–86. <https://doi.org/10.20961/performa.16.1.12758>
- Nurhayati, A., Lasmanawati, E., & Yulia, C. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi Pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Penelitian Pendidikan*, 13(1), 1–6. <http://jurnal.upi.edu/file/1-ai.pdf>
- Olson, J. C., & Jacoby, J. (1972). *Cue Utilization In The Quality Perception Process*. 139, 66–89.
- Philip, K., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- SEN, A. (2006). *Application Of Grounded Theory For Concept Analysis In New Product Development Process*. January.
- Silayoi, & Speece. (2007). The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *Euriopan Jurnal of Marketing*, 1495–1517.
- Smith, P., & Taylor, J. (2004). *Marketing communications: an integrated approach (4th edition)*. London: Kogan Page. *Manajemen Pemasaran (12nd ed.)*. Prentice Hall.
- Sudira, P. (2009). Studi Mandiri Grounded Theory. *Yogyakarta : UNY*, 1–29.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *JURNAL STIE SEMARANG*, 4(3), 1–23.
- Umanilo, M. C. B. (2018). Teknik Praktis Grounded Theory dalam Penelitian Kualitatif. *Universita Iqra Buru*, 127. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18448.71689>

Underwood, L. R., Klein, N., M., & Burke, R. R. (2001). Packaging communication: attentional effects of product imagery. *Journal of Product and Brand Management*, 403–422.

Wirya, I. (1999). *Kemasan yang Menjual*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yuliani, D. (2019). Aplikasi Riset Kualitatif Grounded Theory untuk Studi Kasus. *Jurnal Inspirasi*, 10(1), 56–67. <https://doi.org/10.35880/inspirasi.v10i1.70>

