

REFERENCE

- El Gammudi, A. K., Salim, U., & Sabil, A. (2017). The Effect of Packaging, Satisfaction and Image on Customer Loyalty of the El Rayhan Company. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 24(1), 1-9.
- Irsyad, M. F. (2020). *pengaruh kualitas produk, harga dan label halal terhadap minat pembelian masyarakat dusun 1 desa ngabar pada produk air demineral* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi labeling, packaging dan marketing produk hasil industri rumah tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *SOCIETY*, 6(1), 15-30..
- 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.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(2), 181-191.
- Mohede, C. E., Tumbuan, W. A., & Tielung, M. V. (2018). Analysis of packaging elements and its impact to consumers buying decisions using factor analysis tool on coffee packaging products. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Nugroho, A., Bagiarta, I. G. N. N., & Santoso, J. (2020). PKM Pembuatan Logo Dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Social Media Pada Pabrik Roti" HM" Karangasem. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 2(2), 117-122.
- Nuraini, A., Fawzi, R., & Srisusilawati, P. (2019). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Repacking pada Produk Tanpa Keterangan Komposisi (Studi Kasus Di Warung Sekitar Kampus Unisba). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 507-512.
- Putri, B. R. T. (2017). Manajemen pemasaran. *Denpasar: Universitas Udayana*.
- Putra, N. N., Purwidiani, N., & Kristiastuti, D. (2020). ANALISIS JENIS DAN DESAIN KEMASAN SNACK KERIPIK SINGKONG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Tata Boga*, 9(2).
- Riadi, M. (2018). Pengertian, Fungsi, Jenis dan Ketentuan Label Produk. *Online*(<https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html>), diakses pada, 6.

Raza, Z., & Siddiqui, D. A. (2019). Innovation in Repackaging Can Change the Whole Perception on the Product. *Raza, Z. and Siddiqui, DA (2019). Innovation in Repackaging Can Change the Whole Perception on the Product. Journal of Marketing and Consumer Research, 54, 37-50.*

Santi, F. U. (2015). Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Makanan. *Makalah Pengabdian Masyarakat Desa Bejiharjo, Gunungkidul. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.*

SAFITRI, R. (2020). *AKIBAT HUKUM PENGGUNAAN MEREK PRIBADI OLEH PELAKU USAHA TERHADAP PRODUK MEREK DAGANG TERKENAL ASING MELALUI REPACKING (Studi Pada Produk Kosmetik Merek Terkenal Asing di Salatiga)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).

