

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, A., Deffa Ray, M., & Mahvi, M. R. (2025). Aspek Pemasaran. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2427–2437. <https://doi.org/10.62710/mc4xer21>
- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Anggi Irvania, V., Bagus Nyoman Udayana, I., & Fadhilah, M. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Risk Terhadap *Purchase Intention* Pengguna Shopee. *Jurnal Akmenika*, 19(1), 622–630. www.shopee.co.id.
- Astuti Fani Wahyu. (2025). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Di Shop Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Konsumen Bedak Wardah Lightening). *Jurnal Social Scieness*, 1(6), 987–992.
- Azmi, N. (2023). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 30–36.
- Fadhil, R., Nurba, D., Rizal, K., Dahlan, & Sayed Mahdi. (2022). Visualization Development Strategy Of Gayo Arabica Coffee Packaging Design To Increase Consumer Interest Preferences. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 32(158), 229–238.
- Faiz Maulana Majid, Ratih Hesty Utami Puspitasari, & Shofif Sobaruddin Akbar. (2025). Pengaruh Packaging Dan Promosi Dengan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembeli Di Nyah Liem Herbal Farm Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 154–163. <https://doi.org/10.69714/f4sg2q68>
- Fenetta, A. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap PuFenetta, A. (2019). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention: Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, Volume 4(2019), 27. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, Volume 4(2019), 270–275.
- Fitrotin, R. R. (2021a). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di TransmarStt Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1492–1500. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41844%0Ahttps://ejo>

urnal.unesa.ac.id

- Fitrotin, R. R. (2021b). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Pembelian Produk Near Expired Kecap Bango Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Di Transmart Rungkut Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1492–1500. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41844%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Gita Arumsari, A., Surya, R., Irmasuryani, S., & Sapitri, W. (2021). Analisis Proses Roasting pada Kopi. *Jurnal Beta Kimia*, 1(2), 98–101. <http://ejurnal.undana.ac.id/index.php/jbkHalaman%7C98>
- Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020). Redesain Kemasan dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 212–220.
- Hendro, H., & Keni, K. (2020). eWOM dan Trust sebagai Prediktor terhadap Purchase Intention: Brand Image sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 298. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.7760>
- 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>
- Jayadi, F. V., & Wardana, I. M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi pada konsumen Bali Square Pie di Kabupaten Badung). 10(12), 470–496.
- Jeka, F., Indriyani, T., Samsu, & Indriyani, T. (2024). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam Firdaus. *Journal Genta Mulia*, 11(1), 150–158.
- Kholidah, K. (2025). Diskon, Bonus Pack, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Superindo Jenggolo Sidoarjo). *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis*, 9(1), 265–276.
- Lesmana, N., & Prajarini, D. (2024). Perancangan Merchandise Dan Desain Kemasan “E Space Coffee” Di Cirebon Sebagai Sarana Promosi Dan Penguat Identitas. (11), 1–20.
- Lulu, R. K., Dhae, Y. K. I. D. D., & Aman, D. K. T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Packaging Dan Kopi Graos Di Kota Kupang The Influence of Product Quality , Packaging , and Promotion on Purchase Decision s of Graos Coffee in Kupang City. *JurnalEkonomi&IlmuSosial*, 7(3), 1157–1166. <https://doi.org/https://doi.org/10.70581/glory.v7i3.26069>

- Mawarni, & Lubis, Z. (2023). *Tagline, Desain Kemasan Dan Kualitas Produk, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan*. 3(2), 58–71.
- Musfira, L., & Astuti, B. (2024). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 133–144. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.812>
- Pamungkas, A., & Pramesti, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Empiris Pada Kedai Kopi Janji Jiwa). *Borobudur Management Review*, 1(1), 12–31. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i1.5009>
- Parassih, E. K. (2020). 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. *Handbook of Medical Image Computing and Computer Assisted Intervention*, 8(5), 55.
- Prasetya, D., Anita, D. N., & Rahmanto, S. (2023). Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(1), 84–90. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1.2894>
- Ramadhan, A. W., & Ekasari, N. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Alfamart Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(02), 354–367. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.14101>
- Ranadhan. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi Susu Kekinian dengan Menggunakan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kalbi*, 3(1), 1–5.
- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, & Evita Purnaningrum. (2021). Pengaruh Kemasan & Harga Terhadap Keputusan Pembelian minuman coffe edicafecyclo Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 185–193.
- Riswanto, A. L., Kim, S., Williady, A., Ha, Y., & Kim, H. S. (2025). How Visual Design in Dairy Packaging Affects Consumer Attention and Decision-Making. *Dairy*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/dairy6010004>
- Rizkiawan, F., Pujiyanto, A., & Mulyati, D. J. (2023). *Pengaruh Desain Kemasan , Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati Di Surabaya Fahrur Rizkiawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya , fahrurzrizkiawann@gmail.com Agung Pujiyanto Universitas 17 Agustu*.

- Rudini, A. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Galeri Batik Di Sampit. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 10–16.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Siasani, M., Noer, M., & Budiman, C. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Mengkonsumsi Kopi Instan. *JOSETA Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 5(1), 12–17. <https://doi.org/10.25077/joseta.v5i1.453>
- Sriwinarti, N. K., Murapi, I., & Fathona, N. (2021). Sistem Informasi Persediaan Stok Barang Pada Toko Kelontong Berbasis Web. *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(2), 99–108. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i2.1405>
- Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 111–115. <https://doi.org/10.35797/jab.13.2.111-115>
- Susilawati, Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>
- Syarif, A. P., & Rinuastuti, B. H. (2025). Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk, Dan Label Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Telapen Di Desa Karang Sidemen Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Riset Pemasaran*, 4(2), 51–62.
- Widiyanti, & Telagawathi. (2024). *Brand Image Pada Kopi Kemasan Siap Minum Merek*. 10(3), 909–918. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/bjm.v10i3.92867>
- Wigati1, A., & Susanti2, F. (2024). Studi Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fmcg (Fast Moving Consumer Goods) Di Rantau Kalimantan Selatan Alvina. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 186–192.
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1370–1385. <https://compas.co.id/>

- Zahroh, R., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh potongan harga dan bonus pack terhadap impulse buying pada konsumen hypermart royal plaza surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1111–1117. <https://bit.ly/3jU9U4e>
- Zetira, A. M., & Finthariasari, M. (2022). Purchase Intention: Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(1), 16–25.
- Zulfikhar, R., Akbarrizki, M., Wijaya, F., & Nurdayati. (2020). *Pengaruh Desain Kemasan Produk Kopi Dellimas Arabica Coffee The Influence of Dellimas Arabica Coffee Product Packaging Design on Consumers' Purchase Intention (A Case Study in the Sumbing Makmur Farmer Group, Kemloko Village Temanggung-Central Java)*. 17(32), 220–240. <http://jurnal.polbangtanyoma.ac.id/index.php/jp3/index>