**DAFTAR PUSTAKA**

Arens 1996, *Centemporary advertising. UnitedStates of Amerika : Irwin*

Astuti . 2007 *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No 2*

Cenadi, C.S. 2000. *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran.* Nirmana Vol. 2, No. 1, Januari 2000, pp. 92-103.

Danger, E.P. 1987. *Selecting colour for packaging*. England: Gower Technical Press.

Deliya Parmar .2012, *Role Packaging on Consumer Buying Behavior. Patan District Global Journalof Management and Business Research. Volume 12 Issue 10 Version 1.0. June 2012*

 Dua Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaua terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Ferdinand, A. 2000*. Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strtejik*. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

 Ginting, Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang, 2008. *Filasafat Ilmu dan Metode Riset*, Usu Press, Medan.

Gonzalez, M.P., Thourhsbury S., & Twede D. 2007. Packaging as a tool product development: Communicating value to consumers. *Journal of Food Distribution Research,* 38 (1), pp. 61-66.

Jenu Wijaya Tandjung. 2004 . *Marketing Management ( Pendekatan pada Nilai- nilai Pelanggan ),* Bandung, Bayumedia.

Komalasari, Kokom. 2010. Pembelajaran Kontekstual: Konsep dan Aplikasi.

Kotler, P . 2000, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Jakarta:Bumi Aksara.

Kotler, P. & Armstrong G . 2007. *Principle of Marketing*. New York: Pearson Education.

Kotler, dan Armstrong. (2014) *Principle of Marketing*, 15thEdition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. & Keller K.L. 2009. *Marketing Management*. New York; Pearson Education*.*

Kotler*,* Philip dan Armstrong*,* Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012*. Marketing Management 13* . New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip, 2002, *Manajemen pemasaran, 1*, Jakarta: PT prenhallindo.

Kotler, Philip, 2009, *Manajemen pemasaran, Jilid 2*, Jakarta:Erlangga.

*Kuvykaite*, R., Dovaliene, A & Navickiene, L. 2009*. Impact Of Package Elements On Consumer’s Purchase Decision*. Ekonomika Ir Vadyba: 2009. Vol 14, pp. 441-447.

Mardiyanti, F. 2011. *Pengaruh elemen kemasan produk (packaging); Warna (Colouur); Tipografi (Typography); Bentuk (Shapes), Gambar (Images) Terhadap Keinginan anak anak membeli makanan ringan (intention to buy) {*skripsi}. Jakarta: Universitas Bakrie.

Mudra , I. W. 2010*. Desain Kemasan Produk*. Pelatihan Pembuatan kemasan Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar. 19-23 April 2010.

Nirwana, D. 2010. *Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Fruit Tea Pada Siswa SMU ST. Thomas 2 Medan* [skripsi] Medan: Universitas Sumatera Utara.

Purnama. 2011. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.* {skripsi}. Semarang: Universitas Diponegoro.

Refika Aditama. Bandung.

Resmi Nanda, Tri Wismiarsi. 2015. Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.13 No.1 Maret 2015*. Jakarta.

Rundh, B. 2005*. The multi-faceted dimension of packaging. British Food Journal*, 107 (9), 670-684.

Sekaran, uma dan Roger Bougie. (2010). Edisi 5, *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley @ Sons, New York.

Sekaran, Uma, 2006*. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis,* Jakarta: Salemba Empat.

Setyorini. 2001. Perilaku Fosfat pada Tanah Sulfat Masam dalam Kaitannya dengan Pertumbuhan Tanaman Padi. Disertasi Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.

Silayoi, P & Speece, M. 2007. The importance of packaging attribute sacon joint analysis approach.*European Journal of Marketing.*Vol.41No.11/12,2007. pp.1495-151.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Bandung : ALFABETA.

Sumarni. 2010. Pengantar Bisnis (*Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*). Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Tjiptono , 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta, ANDI.

Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, R. 2001. *Packaging communication: attentional effects of product imagery.* Journal of Product and Brand Management, 10 (7), 403-422.

Wells, L. E., Farley, H., & Armstrong, G. A. 2007. The importance of packaging design for own- label foodbrands. InternationalJournal of Retail and Distribution Management, 35 (9), 677-690.

Wirya, I. 1999. *Kemasan yang Menjual. Jakarta*: PT. Gramedia Pustaka Utama. Yu, H. J. & Kincade, D. H. 2001. *Effects of product image at three stage of the consumer decision process for apparel product: alternative evaluation, purchase and post- purchase*. Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 5 Iss: 1 pp.29 – 43.

Yu, H. J. & Kincade, D. H. 2001*. Effects of product image at three stages of the consumer decision process for apparel products: alternative evaluation, purchase and post-purchase*. Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 5 Iss: 1 pp. 29 – 43.

Zeithmal, V.A. 1988. *Consumer Perception of Price, Quality and Value : A Means – End Model and Synthesis of Evidence*. Journal of Marketing, Vol.52. Pp.2-22.