

6. DAFTAR PUSTAKA

Andriyani, R. ; A. Rustiawan & L.N. Yuliati. (2000). Hubungan Antara Faktor Individu Dan Lingkungan Dengan Persepsi Konsumen Terhadap Kafe Tenda Di Taman Monumen Nasional DKI Jakarta. *Jurnal Media Gizi & Keluarga*, Desember 2000. XXIV (2): 39-47.

Brown, W. E. (1992). *Plastics in Packaging*. Marcel Dekker Inc. New York.

Buckle, K; R.A Edwards; G.H Fleet & M. Wotton. (1978). *Ilmu Pangan*. Universitas Indonesia. Jakarta.

Gaman, P. M. & K. B. Sherrington. (1994). *Ilmu Pangan : Pengantar Ilmu Pangan, Nutrisi dan Mikrobiologi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

Hermanianto, J & R. Y. Andayani. (2002). Studi Perilaku Konsumen dan Identifikasi Parameter Bakso Sapi Berdasarkan Preferensi Konsumen di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, Vol. XIII, No.1, Hal 1-10.

Matz, S. A. (1992). *Bakery Technology and Engineering Third Edition*. Van Nostrand Rein Hold. New York.

Nielsen. (2003). Pasar Modern Terus Geser Peran Pasar Tradisional. Sinar Harapan. <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2004/0622/prom1.html>

Putra, S.S.H.A ; W. Supartono & H. Yuliando. (2001). Tinjauan Sosio Ekonomi Gudeg Dan Preferensi Konsumennya Di Kotamadya Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Pangan dan Gizi*, Vol.12, No.1, Hal 17-27.

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Edisi kelima. Erlangga. Jakarta.

Soehartono, Irawan. (1995). *Metode Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Sudarmadi. (2004). Rahasia Bertahan Sang Raja Biskuit. *Swa Majalah Artikel Lain*. Kamis, 22 Juli 2004.

Sulaiman, Wahid. (2003). *Statistik Non-Parametrik : Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta.

Sumarwan, U. (2002). Analisis Hubungan Antara Persepsi Popularitas, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga dengan Merek The Celup yang Dikonsumsi. *Media Gizi & Keluarga*, Desember 2002, Vol. 26 (2), Hal 94-102.

Supranto, J. (2001). *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Erlangga. Jakarta.

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Suyantohadi, A; Suharno & Jumeri. (2000). Analisis Preferensi Konsumen dan Uji Mutu Mie Instant di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Agritech Vol.2, Halaman 84-88.

Suyitno. (1990). Bahan-Bahan Pengemas. PAU Pangan dan Gizi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

Thiana, D; D.K. Pranadji & Retnaningsih. (2000). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebiasaan Remaja dalam Mengkonsumsi Makanan Siap Saji Modern Dan Tradisional Di SMUN 6 Dan SMUN 46 Jakarta Selatan. Jurnal Media Gizi & Keluarga, Juli 2000, XXIV (1) : 136-145.

Tridajat. (2003). Memanfaatkan Kemasan Sebagai Sarana Marketing. 10 Desember 2003. <http://www.stikom.edu/main.php?act=gen&goto=internal&id=200>

Triwijayati, Anna. (1997). Pengaruh Keluarga Dalam Perilaku Konsumen. Jurnal Ilmiah Widya Mandala, No.006 & 007 Juni-September 1997.

Umar, Husein. (1999). Metodologi Penelitian : Aplikasi Dalam Pemasaran. Gramedia. Jakarta.

Winarno, F. G. (1984). Pengantar Teknologi Pangan. PT Gramedia. Jakarta.

Winarno, F. G. (1994). Sterilisasi Komersial Produk Pangan. PT Gramedia. Jakarta.

