

DAFTAR PUSTAKA

ADGI, ADPII, AIDIA, HDII, & HDMI. (2019). *Proyek desain: Dasar pengadaan & pengelolaan jasa desain di Indonesia*. Badan Ekonomi Kreatif: Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Produksi Tanaman Biofarmaka (Obat), 2021-2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjMjMg==/produksi-tanaman-biofarmaka-obat.html>

Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry & research design choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc. https://www.yuditrafarmana.id/wp-content/uploads/2023/12/Creswell-John-W.-Poth-Cheryl-N.-Qualitative-Inquiry-Research-Design_-Choosing-Among-Five-Approaches-SAGE-2018.pdf

Dimas, R., & Sukarsono, B. P. (2023). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk teh kering (studi kasus pada perusahaan Teh Tjangkir). *Industrial Engineering Online Journal*, 12(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/37400>

El Chidtian, A. S. C. R., Swari, M. H. P., & Putra, C. A. (2023). Perancangan desain kemasan Wedang Jempol Bu Shobah untuk meningkatkan awareness di Kota Blitar. *Gestalt : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.136>

Erlyana, Y. (2019). Pengaruh desain kemasan produk lokal terhadap minat beli menggunakan model VIEW: Studi kasus keripik Maich. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 302–308. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/203>

Fadjri, D. S. T. N., Fatimah, S., Sadeli, A. H., & Budiman, M. A. (2024). Pengaruh desain kemasan madu berdasarkan model VIEW terhadap minat beli konsumen (studi kasus UMKM Madu Asy-Syifa Babussalam). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2981. <https://doi.org/10.25157/ma.v10i2.14611>

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075/pdf?utm_source=chatgpt.com

Fitria, Y., & Darmanto, R. V. (2023). Analisis visual perubahan tipografi pada

logotype Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 806–816.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8060013>

Hakim, Y. N., Pramesti, R. D., & Gunawan, C. (2022). Perancangan desain surface kemasan sekunder sachet bir pletok untuk SB Setu Babakan. *Prosiding Seminar Nasional TETAMEKRAF*, 1(2), 114–121.
<https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/TETAMEKRAF/article/view/4638>

Hoisen, E. G. (2023). Pengaruh desain kemasan terhadap persepsi kualitas produk, nilai produk dan preferensi merek pada produk susu Ultra di Surabaya. *Maslahah : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 82–98.
<https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i1.621>

Januariyansah, S. (2017). *Analisis desain logo berdasarkan teori: Efektif dan efisien*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448>

Kurniawan, A. N., Johari, A., & Rukmayadi, Y. (2021). Analisis desain kemasan Cheetos jagung bakar. *FINDER: Journal of Visual Communication Design*, 1(1), 1–8.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/FINDER/article/view/34053>

Kusnandar, K., Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, Rr. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan kemasan sebagai upaya meningkatkan daya saing produk UKM Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34958>

Lin, W. (2019). *Study of visual packing design, perceived quality, and perceived value of organic foods on brand preference of young chinese consumers* [Bangkok University]. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3866>

Maulani, A. N., Fetrianggi, R., & Prana, I. S. (2021). Analisis pengaruh desain kemasan dan brand image kopi Good Day pada minat beli konsumen. *FINDER: Journal of Visual Communication Design*, 1(1), 1–9.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/FINDER/article/view/34054>

Mega, Y., Purwanto, A., & Sumadji, A. R. (2021). Uji hedonik sirup jahe (*Zingiber officinale* Rosc.) berdasarkan perbedaan varietas dan jenis bahan baku. *Biospektrum Jurnal Biologi*, 1. <https://doi.org/10.33508/bios.vi.6875>

Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis strategi daya saing (competitive advantage) kopia karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>

Nabilah, G. A., Wahyudi, N., & Anggarini, A. (2023). Perancangan desain kemasan produk jahe instan pada UMKM Javasugar. *Jurnal Katamata*, 01(02), 9–16.
<https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/jkm/article/view/6330>

Neissya, I. K., Mitrasary, A., Tanuwijaya, C. F., Fadila, D. A., Rohma, A. N., Rofifah, R., & Syarifah, S. (2022). Analisis pengaruh branding terhadap keputusan pembelian suatu produk. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1).
https://www.researchgate.net/profile/Rifa-Rofifah-3/publication/366352946_Analisis

[Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Suatu Produk/links/639c918c095a6a777435a8b3/Analisis-Pengaruh-Branding-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Suatu-Produk.pdf](https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246)

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature review analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>

Patricia, H., Apriyeni, E., & Rahayuningrum, D. C. (2022). Perbandingan efektivitas air rebusan jahe emprit dan madu hutan pada penderita hipertensi. *Human Care Journal*, 7(3), 649. <https://doi.org/10.32883/hcj.v7i3.2199>

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, PerBPOM No. 31 Tahun 2018 § Pasal 14 ayat (2) b (2018). <https://peraturan.go.id/id/peraturan-bpom-no-31-tahun-2018>

Plaza Senayan. (2025). *The Food Hall*. <https://plaza-senayan.com/store-directory/department-stores-supermarkets/supermarkets/the-food-hall/>.

Radhiana, R., Kasmaniar, & Mukhdasir. (2023). Peran strategi digital marketing dan inovasi proses sebagai upaya peningkatan daya saing produk lokal pada perajin anyaman kulit Bak Bili atau pohon Bemban di Aceh Besar. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 967–977. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1220>

Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana: Elemen-elemen seni dan desain* (2nd ed.). Yogyakarta : Jalasutra.

Schweitzer Group. (t.t.). *Central Food Hall Thailand*. Diakses 15 Juni 2025, dari <https://www.schweitzergroup.com/references/central-food-hall-thailand/>.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (9th ed). South-Western Cengage Learning. [https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/Terence_A._Shimp,_J._Craig_Andrews-Advertising_Promotion_and_Other_Aspects_of_Integrated_Marketing_Communications-South-Western_College_Pub_\(2013\).pdf](https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/Terence_A._Shimp,_J._Craig_Andrews-Advertising_Promotion_and_Other_Aspects_of_Integrated_Marketing_Communications-South-Western_College_Pub_(2013).pdf)

Sholehuddin, T. A. (2018). Pengaruh desain kemasan visual terhadap persepsi kualitas produk, nilai, dan preferensi merek pada produk es krim Wall's. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), 2008–2027. <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-DESAIN-KEMASAN-VISUAL-TERHADAP-PERSEPSI-ES-Sholehuddin/7421f979bbba0b1e07a5f212fa0998c149562819>

Siregar, V. D., Adila, N., Maharani, Purba, N. A., Lubis, S. M., & Adlina, H. (2023). Literatur riviw identifikasi pengaruh daya saing pada penjualan di market internasional untuk produk kopi gayo. https://www.academia.edu/102946105/Literatur_Riviw_Identifikasi_Pengaruh_Daya_Saing_Pada_Penjualan_di_Market_Internasional_Untuk_Produk_Kopi_Gayo?utm_s

source=chatgpt.com

Suharjo, S. N., & Harianto, A. (2019). Perbedaan gaya hidup sehat dan sikap terhadap makanan organik dari generasi baby boomers, X, dan Y di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.45-58>

Suhesti, I., Kustini, H., & Antari, E. D. (2021). Penggunaan teh serai jahe sebagai penambah daya tahan tubuh menggunakan daun stevia sebagai pemanis alami. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 325–330. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1155>

Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). Pengaruh bentuk kemasan, desain produk, dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus Kopi Yamira). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), 111–115. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/52317>

Syaputri, E. R., Selaras, G. H., & Farma, S. A. (2021). Manfaat tanaman jahe (*Zingiber officinale*) sebagai obat-obatan. *Prosiding SEMNAS BIO 2021 Universitas Negeri Padang*, 1, 579–586. <https://doi.org/10.24036/prosemnasbio/vol1/71>

Triana, N. (2022). Gambaran keberadaan jamur *Aspergillus* sp pada jamu serbuk. *Babul Ilmi Jurnal Ilmiah Multi Science Kesehatan*, 14(2), 77–83. <https://jurnal.stikes-aisyiyah-palembang.ac.id/index.php/Kep/article/view/951>

Tribuana, R. G., Muthmainah, S. S., & Sulistiani, S. T. (2024). Meneliti potensi tumbuhan herbal jahe (*Zingiber officinale*) bagi kesehatan masyarakat dalam menghadapi perubahan iklim di Indonesia. *Jurnal Studi Multidisipliner* 8(6). 806-810. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/view/2122>

Wahyani, A. D., & Fera, M. (2022). Analisis kandungan vitamin c dan fisik pada serbuk jahe merah, jahe besar, dan jahe emprit sebagai imun booster. *JKM (Jurnal Kesehatan Masyarakat) Cendekia Utama*, 10(2), 246. <https://doi.org/10.31596/jkm.v10i2.1168>

Widiati, A. (2020). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>

Yudianto, R. H., & Setyoko, A. (2022). Strategi visual kemasan market leader mie instan di Indonesia. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURRSENDEM)*, 1(1), 57–67. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v1i1.343>