

DAFTAR PUSTAKA

- Arafia, S. E. (2011). *Perbedaan perilaku konsumtif pada pria kelompok usia remaja, dewasa awal, dan dewasa madya di Sinoman, Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Belch, G. E., & Belch, & M. (2004). *An Integrated Marketing Communications Perspective*. Australia. McGraw-Hill.
- BuyLine Research LLC. (2008). *Marketing Performance Measurement: Target Area Where Marketers Wants to Improve How They Measure Up*.
- Cahyaningtyas, A., & Immawan, T. (2012). *Internal Benchmarking Program Studi di Lingkungan Universitas Islam Indonesia dalam Rangka Peningkatan Kinerja Berkelanjutan*. *e-joir.org*.
- Cenadi, C. S. (2000). *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran*. *Nirmana*.
- DeToro, A. R. (1997). *Process Redesign: The Implementation Guide for Managers*. Prentice Hall.
- Euromonitor. (2015). *Spreads in Indonesia*. Indonesia: Euromonitor International.
- Fajrian, C. I. (2015, May 14). *Demografi pengguna internet Indonesi*. Diambil kembali dari CNN Indonesia: <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150327134253-188-42341/demografi-pengguna-internet-indonesia/>
- Harli, Linawati, & Memarista (2015). *Pengaruh Financial Literacy dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Konsumtif*. *FINESTA Vol 3, No.1*
- Harrington, H. J. (1991). *Bussiness Process Improvement*. McGraw-Hill.

- Kemp, S. (2015, January 21). Dipetik May 14, 2015, dari wearesocial.net: <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>
- Klimchuk, M. R. (2007). *Desain Kemasan Perencanaan Merk Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler. (2004). *Principle of Marketing* (Vol. 10 Edition).
- Lestari, P., Fatoni, A., & Leonardo, B. (2015). Pengaruh Pesan Iklan, Tema Iklan, Musik dan Bintang Iklan Terhadap Brand Image, dengan Intervening Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lux di Kelurahan Gedawang. *Journal of Management*.
- Nasiha, S. (2010). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djokdja. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. (2012). Dipetik December 2014, dari www.depkop.go.id: www.depkop.go.id/phocadownload/Rakornas_2013/paparan%20dinas%20jawa%20barat.pdf pemerintah provinsi jawa barat dinas koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah 2012
- Sabana, S. (2007). Nilai Estetis Pada Kemasan Makanan Tradisional Yogyakarta. *Journal of Visual Art and Design*.
- Setiawan, I. (2004). Dipetik December Friday, 2014, dari www.stialanbandung.ac.id: http://www.stialanbandung.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=206:strategi-operasional-benchmarking-dalam-menciptakan-keunggulan-bersaing&catid=24:volume-i-no-4-tahun-2004&Itemid=63
- Sugiyono, P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*.

- Suswardji, E., Rismayadi, B., & Nurasa, A. (2013). Analisis Positioning Pada Rumah Makan Kampoeng Abah di Karawang. *Jurnal Manajemen Vol, 2013*.
- UU Republik Indonesia. (1995). *Nomor 9 tahun tentang usaha kecil pasal 1 ayat 3 dan 4*. Dipetik Desember 2014, dari hukumonline.com: <http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/lt4bc7da177e000/node/457>
- UU Republik Indonesia. (2008). *UU 20 Tahun 2008 UMKM*. Dipetik Oktober Rabu, 2014, dari Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>
- Winardy, E. A., Bramantijo, & Sutanto, R. P. (2014). Perancangan Desain Ulang Kemasan Sari Markisa Merk "Bola dunia dan Bintang Dunia" sebagai Oleh-oleh Khas Makassar. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Wirya, I. (1999). *Kemasan Yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.