

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Limanseto, “Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy,” *KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA*, 2024. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-> (accessed Aug. 07, 2025).
- [2] M. E. Supriyadi and S. F. Hadijah, “Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kemasan produk terhadap minat beli produk skincare something,” *J. JEKMA*, vol. 2, no. 2, pp. 135–149, 2023.
- [3] D. eka Putri, A. Sudirman, A. D. Suganda, and R. D. Kartika, *Brand Marketing*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2021.
- [4] S. Yang, E. Xiang, L. Shang, X. Liu, G. Tian, and J. Ma, “Comparison of physical and mechanical properties of four rattan species grown in China,” *J. Wood Sci.*, 2020, doi: 10.1186/s10086-020-1850-0.
- [5] E. W. Agustin, “Study Pustaka Pemilihan Skincare Berdasarkan Komposisi Sesuai Dengan Permasalahan Kulit Wajah,” *J. Ilmu Farm. dan Kesehat.*, vol. 2, pp. 288–295, 2024.
- [6] R. P. Suwarman, “PERANCANGAN KEMASAN PR PACKAGE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK SKINCARE SET E-GLOW ESCODE BEAUTY,” Telkom University, 2024.
- [7] N. N. Anggalih, “Strategi Inovasi Desain Kemasan Kosmetik Terbuat dari Bambu,” *Atl. Press*, vol. 618, pp. 46–50, 2021.
- [8] S. A. Ariyanto, N. Wahyudi, and D. Herfan, “Perancangan Kemasan Sekunder Khusus Promosi Skincare Quickglam,” *Pros. Semin. Nas. Tetamekraf*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [9] M. Dobras, A. Manavis, and P. Kyratsis, “Innovative Packaging Design,” *Int. J. Manuf. Econ. Manag.*, vol. I, no. 1, 2021.
- [10] A. Muhajirin, Risnita, “PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA TAHAPAN PENELITIAN,” *Genta Mulia*, vol. 15, no. 1, pp. 82–92, 2024.
- [11] R. A. Rudy, “REBRANDING KEMASAN UMKM FLORENTINE BAKEHOUSE KOTA BANDUNG SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS,” Telkom University, 2024.