

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran yang Efektif dan Profitable*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Cenadi, Christine Suharto. *Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. Jurnal Nirmana 2.1* (Januari 2000).
- Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Kuvykaite, Rita., Aiste. Dovaliene, & Laura. Navickiene. 2009. *Impact of Package Elements on Consumer's Purchase Decision*.
- Klimchuk, Marianne R., Sandra. Krasovec. 2006. *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. USA: John Wiley & Sons Inc.
- Silayoi, Pinya., Mark. Speece. 2004. *Packaging and Purchase Decisions: An Exploratory Study on the Impact of Involvement Level and Time Pressure. British Food Journal*, Vol. 106.
- Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control, 9th Edition*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- http://www.facebook.com/note.php?note_id=321721991213880
- www.hanjuang.com

DAFTAR ISTILAH

| | |
|-----------------------------------|---|
| <i>Rebranding</i> | : suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk merubah total atau memperbaharui sebuah <i>brand</i> yang telah ada agar menjadi lebih baik, dengan tidak mengabaikan tujuan awal perusahaan, yaitu berorientasi profit. |
| <i>Brand awareness</i> | : kemampuan pembeli potensial untuk mengenali atau mengingat bahwa sebuah merek merupakan anggota dari kategori produk tertentu. |
| <i>Sachet</i> | : kemasan kecil |
| Estetika | : sesuatu yang berhubungan dengan keindahan dan seni yang bisa dirasakan oleh manusia. |
| <i>Budgeting</i> | : penyusunan anggaran |
| <i>Tagline</i> | : slogan |
| <i>Website</i> | : situs web |
| <i>Brand ambassador</i> | : seseorang yang dipercaya untuk mewakili perusahaan atau produk tertentu. |
| <i>SPG (Sales Promotion Girl)</i> | : wanita yang bertugas untuk mempromosikan sebuah barang atau jasa. |
| <i>Greetings</i> | : salam |
| <i>Hyper-competition</i> | : persaingan besar-besaran |
| <i>Decline</i> | : tolak |

| | |
|-----------------------------|---|
| <i>Brand promise</i> | : janji yang diberikan oleh sebuah <i>brand</i> untuk mengidentifikasikan diri mereka pada konsumen mengenai apa yang diharapkan oleh konsumen. |
| <i>Distribution channel</i> | : mekanisme atau metode bisnis dimana perusahaan mendistribusikan produk-produknya ke target pelanggan melalui penjualan langsung atau melalui distributor. |
| Loyal | : setia |
| Efektif | : suatu pencapaian tujuan secara tepat, dari serangkaian alternatif atau pilihan cara yang ada. |
| Efisien | : penggunaan sumber daya secara minimum guna mencapai hasil yang optimum |
| <i>Trend</i> | : sesuatu yang sedang disukai atau digandrungi oleh banyak orang |
| <i>Up to date</i> | : mengikuti perkembangan zaman |
| Wimba | : suatu objek yang digambar atau dideskripsikan |
| <i>Style</i> | : gaya |
| <i>Potential costumers</i> | : konsumen yang potensial |
| <i>Experience</i> | : pengalaman |
| Ilustrasi | : hasil visualisasi dari suatu penggambaran objek atau cerita dengan teknik menggambar, melukis, memotret atau teknik seni rupa lainnya. |
| <i>Earthtone</i> | : warna-warna alam |
| <i>Curved</i> | : melengkung |

| | |
|----------------------|--|
| <i>Item</i> | : komponen |
| <i>Readability</i> | : keterbacaan |
| Ekonomis | : kemampuan untuk memperoleh sebuah barang atau jasa dengan mengeluarkan biaya serendah-rendahnya. |
| <i>Market leader</i> | : pemimpin pasar |