

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening media Publishing.
- Agustine, M. A., Astuti, M., & Sembiring, R. (2021). Peran Citra Merek Dan Harga Dalam Keputusan Pembelian Jasa Ranahcreative Di Jabodetabek. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 29–40. <https://doi.org/10.26623/jreb.v14i1.3237>
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. In R. Iye & E. D. Widyawaty (Ed.), *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Nomor 1). Rena Cipta Mandiri.
- Aqsony, Y. B., Soebandhi, S., & Wulandari, A. (2020). The Effect of Green Marketing , Brand Image , and Atmosphere Store On Purchasing Decisions In Arei Adventure Store Surabaya 3. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 1(3), 194–203.
- Azzahra, V. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger Cabang Talang Banjar Dikota Jambi. *Jurnal Manajemen*.
- Babin, B. J., & Harris, E. J. (2018). *CB8 (Consumer Behavior) 8th Edition*. Boston : Cengage Learning.
- Baskoro, F., Wijaya, A. Y., Hozairi, & Asrori, M. Z. (2023). *Media Sosial Remaja*. Widina Media Utama.
- Darmaningrum, K. (2022). Analisa Social media marketing dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Eiger Adventure Store di Kota Solo). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 747–754.
- Eiger, A. (2023). *Screenshot 2025-01-14 105225*. eigeradventure.com. <https://blog.eigeradventure.com/daftar-flagship-store-eiger/>
- Erwantiningsih, E., Hirom, N., & Fibriyani, V. (2024). Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 9(1), 85–96.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen* (5 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.)). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *PEMASARAN (dasar dan konsep)* (Q. Media (ed.)).

CV. PENERBIT QIARA MEDIA.

- Gemina, D., Rizqi, N. M., & Gunawan, R. (2024). The Influence of Product Quality , Price and Promotion on T-Shirt Purchasing Decisions at Arei Store Bogor. *West Science Interdisciplinary Studies*, 02(05), 927–947.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. (2023). *Smart PLS Next Generation Statics 4*. Yoga Pratama.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Insania.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrianingsih, Raja, T. H. L., & Bachtiar, L. E. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Eiger Store Unimed. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 7(1), 76–81.
- Iqbal, M. Y., & Santoso, E. B. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Consina (Studi Pada Konsumen Consina Outlet Kawi Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Manajemen. In *Pearson Education*.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *MKTG 13th Edition*.
- Li, W. (2024). The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Decisions : A Comprehensive Study. *SSHA 2024*, 1, 104–115. <https://doi.org/10.2991/978-2-38476-259-0>
- Maris, S. (2024). *Sukses! Ini Kisah Perjalanan Eiger Mendaki Puncak Menuju Pertumbuhan Bisnis Bersama Fitur Interaktif Shopee*. Bola.com. <https://www.bola.com/ragam/read/5512192/sukses-ini-kisah-perjalanan-eiger-mendaki-puncak-menuju-pertumbuhan-bisnis-bersama-fitur-interaktif-shopee>
- Mirnasari, P., Putri, L. T., & Diantara, L. (2023). Pengaruh Display, Promosi Media

- Sosial Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ivo Fashion Cabang Bangkinang Kota. *Journal In Management And Entrepreneurship*, 3(1), 14–23.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy , 14th Edition*. McGraw-Hill Education.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, D. J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Opa, A. S., & Astuti, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *Jurnal: IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 120.
- Perdana, F., Pardiman, & Dianawati, E. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Consina (Studi Kasus Pada Pecinta Alam di Kabupaten Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2081–2087.
- Prakoso, S. E., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Media Sosial , Citra Merek , dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger Adventure. *Jurnal Cendikia Ilmiah*, 3(1), 24–37.
- Prasetyo, D. T., Suharto, A., & Eko, W. (2022). Pengaruh brand ambassador eiger dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 98–102. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10643>
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Erni, R. D. K., Martini, Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*.
- Ray, R. S., & Manggabarani, A. S. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Cimory Dairy Milk). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1), 127–142.

- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran* (R. Kurniawan (ed.)). K-Media.
- Sahir, S. H. (2021). *METODELOGI PENELITIAN*.
- Santoso, J. T. (2021). *YouTube Untuk Bisnis*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior, 12th Edition*. Pearson Education.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (Nomor January).
- Steven, W., & Purba, J. T. (2021). How Product Quality , Brand Image and Price Perception Impact on Purchase Decision of Running Shoes ? *IEOM Society International*, 1289–1297.
- Sudirjo, F., Ridwansyah, Tessa Handra, Wikantari, M. A., & Nugraha, A. R. (2023). The Influence of Brand Image, Information Quality and Celebrity Endrosers on Purchasing Decisions on Instagram. *Economics Development Research*, 4(3), 2095–2107.
- Sugianto, L. O., Ardiana, T. E., & Wardhani, D. P. (2022). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *IJEBAR*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4327>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tantowi, B. F., & Saiono. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Di Outlet Eiger Manyar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1076–1082.
- Tasera, M. D., Putra, S. E., & Ronald, J. (2023). Influence Product Quality, Brand Image, Price, Product Design And Lifestyle On The Purchase Decision Of Nike Brand Shoes In Padang City. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 1(1), 35–43.
- Uda, T., Alexandro, R., Rohaetin, S., Sormin, J. R., & Hariatama, F. (2022). Pengaruh Citra Merek/Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Eiger Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 3(2), 44–51. <https://doi.org/10.37304/ej.v3i2.4963>
- Widiatmoko, D. P., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). Influence Quality

Product, Image Brand, And Promotion Regarding The Decision To Purchase Nike Shoes In Jakarta Eas. *Jurnal Syntax Dmiration*, 4(4), 679–688.

Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Prosiding Biema*, 1, 179–195.