

## DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C., Istiqomah, I. W., & Husna, P. I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *MARGIN ECO*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.32764/margin.v6i1.2577>
- Anas, A. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya*, 8(3), 8-11.
- Anjasmara, M. V. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sepatu Sandal Eiger*, 5(1), 44-45.
- Arianti, M. S., & Rahmawati, E. (2020). *Analisis Pengendalian Kualitas Produk dengan Menggunakan Statistical Quality Control pada Usaha Amplang Karya Bahari di Samarinda*, 9 (2), 21-22.
- Aryaditya, B. A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*, 9 (1), 20-22.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Indonesia.
- Baskara, I., Wuryanti, L., Lukman, I., & Manajemen, P. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Rei Outdoor Gear di Bandar Lampung*, 5(1), 37-38.
- Bela, A. S. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser, Lifestyle dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik*, 3(1),5-8.
- Budi, F. S. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Eiger(Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)*, 8(1) , 13-15.
- Budianto, A. Y., & Suci, R. P. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merk Sebagai Variabel Intervening*, 5(1), 7-8.

- Fatmarani, S. (2023). *Strategi Eiger Kembangkan Bisnis Outerwear Hingga Buka Toko di Swiss*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/strategi-eiger-kembangkan-bisnis-outerwear-hingga-buka-toko-di-swiss>
- Febriana, F. D., & Prabowo, R. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeeshop Kaligarang Semarang*, 5(3), 13-14.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli, Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Fergina, A., & Sabry, M. S. (2020). *Pakaian: Agama atau Budaya (Kajian Al Libas dalam Al Qur'an)*.
- Gazali, M., Utomo, S., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Outdoor Merek Eiger di Kota Banjarmasin (Studi Pada Mahasiswa Pencinta Alam Di Kota Banjarmasin). *Smart Business Journal*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12785>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, U. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura*, 3(1), 10-11.
- Hair, J. (2018). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Halimi, N., Hafidzi, A. H., & Nursaidah, N. (2023). Pengaruh Fanatisme, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Lippo Plaza Mall Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(2), 183. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i2.2669>
- Hulima, J. S. P., Soepeno, D., & Tielung, M. V. J. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah di Kota Manado*, 9(2), 67-77.

- Kotler, & Amstrong. (2018). *Principles of Marketing Global* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga
- Kotler, P., & Keller. (2013). *Strategi Brand Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong. (2014). *Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Manajemen* (14th ed.). Global Edision Pearson Prentice.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lea-Greenwood, & Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Wiley.
- Lestari, E. (2020). *10 Merk Perlengkapan Outdoor Lokal Terbaik Indonesia Paling Populer!*. <https://www.cekaja.com/info/merk-perlengkapan-outdoor-lokal-terbaik>
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis SKUTermatik. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 115-116. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.854>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening Indonesia di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>

- Oscar, B., Mb, S., & Megantara, H. C. (2020). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army*. 10(1), 2-3.
- Paramahadani, F., Hafidzi, A. H., & Winahyu, P. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Karimata Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 133. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2663>
- Pradana, R. A. C., & Purwanto, H. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*, 4(1),6-7.
- Prakoso, S. E., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Media Sosial, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger Adventure. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 24–37. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1851>
- Prasetyo, D. T., Suharto, A., & Eko, W. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Eiger dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Jember*. 8–11.
- Prawira, R. (2012). *Hubungan karakteristik Brand Ambassador dengan Tahapan Keputusan Pembelian*. eJournal Mahasiswa Universitas Pandjajaran.
- Raja, T. H. L., & Bachtiar, L. E. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Eiger Store Unimed*, 7(1), 13-15.
- Religia, Y., Sriyanto, A., & Hidayat, R. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Elektronik Konsumen Produk Daypack Eiger di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 11(1), 77. <https://doi.org/10.36080/jem.v11i1.1745>
- Rizkiani, D. E., & Setiawan, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian*, 5(1), 8-13.
- Santoso, A. B. (2018). *Tutorial dan Solusi Pengolahan Data Regresi*. Garuda Mas Sejahtera.
- Seftiana, S. (n.d.). *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*.
- Senly, A. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Mithsubishi Cold Diesel pada PT. Bowoso Berlian Motor Cabang Bone*, 1 (1) 33-34.

- Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated*. Cengage Learning.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R and D*. Alfabeta.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R and D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tantowi, B. F. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualita Produk Terhadap Keputusan*, 9(1) , 6-7.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. CV Andi Offset.
- Wati, D. S. (2019). *Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember*, 1(1), 24-25.
- Zamhuri, M., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger*, 3(2) , 3-4.
- Zaren, M., & Rachmawati, I. (2019). *Hubungan Fiersa Besari sebagai Brand Ambassador Eiger Adventure dengan Minat Beli Komunitas Pendaki Gunung Bandung*, 5(1), 177

