

## 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>
- Ardhianshah, R. (t.t.). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Eiger Adventure store Gresik*.
- Dzulkharnain, E. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IQTISHA Dequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.543>
- Erwantiningsih, E., Hiron, N., & Fibriyani, V. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal EMA*, 9(1), 85. <https://doi.org/10.51213/ema.v9i1.429>
- Fariza Shegi Pratama & Ali Maskur. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Konsumen Pengguna Produk Eiger di Kota Semarang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4162–4169. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1566>
- Nugraha, R., & Kurnianingsih, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIR BINTANG DI SOLORAYA. *Jurnal Manajemen*, 11(1).
- 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>

- 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>
- 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).
- Rizkiani, D. E., & Setiawan, H. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK EIGER (KAJIAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>.