

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(1), 406–413. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Angelina, R. T. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Anggun Mardiyah, Yulasmi, D. S. (2025). *pengaruh brand image, diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tas melalui harga pada online shop*. 6.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roeliyanti, A. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 7–16.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Bithourproduction.com. (2023) creative Production House. Diakses melalui <https://www.bithourproduction.com>
- Buccieri, D., & Park, J. E. (2022). Entrepreneurial marketing and reconfiguration towards post-entry performance: Moderating effects of market dynamism and entry mode. *Journal of Business Research*, 148, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE : KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 211–224.
- Chan, & Arianis. (2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 47–62.
- Choirunnissa, D. N. F., Kustiyah, E., & AY, B. (n.d.). *PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI CITRA*. 5(1), 19–28.

- Citra Rizkiana, Edy Suryawardana, Putri Pratiwi, & Aprih Santoso. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Infinix. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 635–642. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.712>
- Detik.com (2024). Beranda detik. Diakses dari <https://www.detik.com>
- Dewi, P. A., & Nugroho, M. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Berpenghasilan Rendah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 123–132.
- EigerAdventure.com. (2024). Official Eiger Adventure Website. Diakses dari <https://www.eigeradventure.com>
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Fistia Shofil Ashfiyah, Iswati Iswati, Anis Fitriyasari, & Arief Widijatmoko. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(3), 18–31. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i3.274>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Hamdat, A. (2020). *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Manajemen Dan Strategi Pemasaran Dalam Bisnis* (Issue September 2020).
- Hidayah, I., & Nugroho, D. widi P. S. (2021). *analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi kasus pada pudanis di kaliwangu)*. 19(1), 76–82.
- iful anwar, budhi satrio. (2022). Entrepreneurial marketing and reconfiguration towards post-entry performance: Moderating effects of market dynamism and entry mode. *Journal of Business Research*, 148, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>
- Indriani, F., & Indriyani, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>

- Indriani, F., & Indriyani, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Lokasoka.com.(2023). Lokasoka official website. Diakses melalui <https://www.startfriday.com>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN : HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4), 392–403.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Nurdiansyah, B., & Kamela, I. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK EIGER DI KOTA PADANG. *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK EIGER DI KOTA PADANG*. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v4i1.4444>.Halimi
- Pandiangnan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saputra, W., & Setiawan, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Rumah Batik Danar Hadi

- Melawai. *Jurnal Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.54964/manajemen.v8i1.277>
- Seftiana, S. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SABUN MANDI CAIR MEREK DETTOL DI BANDAR LAMPUNG (Studi Konsumen Sabun Cair Merek Dettol Di Bandar Lampung)*.
- Septia, D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Jember. In *Digital Repository Universitas Jember* (Issue September 2019).
- Sugiono. (2011). *pdf-sugiyono-2011-metode-penelitian-pendidikan-pendekatan-kuantitatif-kualitatif-dan-rampd-bandung-alfabeta_compress.pdf*.
- Tjiptadi, M. (2008). Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. *Modul*, 1–41.
- Top Brand Award.(2024). Top Brand Index 2024. Diakses dari <https://www.topbrandaward.com>
- Utomo, I. W. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian PadaMarketplace Shopee. *Intelektiva*, 3(4), 86–95. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/666/502>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). *pengaruh word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dirumah makan bebek sinjai bangkalan*. 14–46.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).
- Yulianto, E. (2016). *PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen KFC Cabang Mall Olympic Garden Malang)*. 40(1), 1–7.