

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2013). *Brand Equity & Advertising*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315799537>
- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya*.
- Andriani, D. (2022). *Sejarah Eiger Adventure, Berawal dari 2 Mesin Jahit Kini Produksi 6 Juta Produk per Tahun*. Harian Jogja.
- Ardianti, C., Salam, A., & Nuryani, H. S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 Sampai Dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4.
- Bela, S. A., & Sukaris. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser, Lifestyle Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik (Vol. 3, Issue 1)*.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5.
- DetikInet. (2023). *Pecah Rekor! Jualan di Shopee Live Eiger Raup Omzet hingga 16 Kali Lipat*. <https://inet.detik.com/business/d-6890716/pecah-rekor-jualan-di-shopee-live-eiger-raup-omzet-hingga-16-kali-lipat>
- Devanny Indira, Tertia Siti Nandinani, Afifah Bunga Raulia, & Meliana Vina. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. In *STREAMING Jurnal Manajemen (Vol. 1, Issue 2)*.
- Dinawan, M. R. (2010). *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Eiger Adventure. (2023). <https://www.youtube.com/watch?v=m3dxLLCmEuo>. YouTube.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Rolph E. Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis*.
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Bisnis*, 6.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Karr, D. (2016). *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater Outside Insight.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Pearson Education.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Mutivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Alfabeta.
- Lestari, V. E. (2020). *Merk Perlengkapan Outdoor Lokal Terbaik Indonesia Paling Populer*. <https://analysis.netray.id/pengaruh-surat-keberatan-terhadap-citra-eiger-dan-brand-kompetitor/>
- Limandono, J. A., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Malohing, G., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza Pada PT. Hasrat Abadi Jayapura. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen*, 9.
- Milhinhos, P. R. Vasques. (2015). *The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content*.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Presepsi harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang)*. 18.
- Priyono, D. E. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Kosmetik Maybelline Di Surabaya*.
- Putra, D. F., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Vidiodotcom). *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 279–284.

- Ramadhani, I., & Samofa Nadya, P. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup*.
- Shimp, T. A. (2014). *Periklanan Promosi (Komunikasi)* (Erlangga).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal*.
- Syamsurizal, & Ernawati, S. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima*.
- Trilatifah, W. (2021). *Pengaruh Surat Keberatan Terhadap Citra Eiger dan Brand Kompetitor*. Netray.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS*. UPP STIM YKPN.
- Wiyono, Gendro. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (2nd ed.). UPP STIM YKPN.