

DAFTAR PUSTAKA

- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 32-44.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Atmaja, D. R., & Faiz, F. P. A. (2025). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND EXPERIENCE, BRAND TRUST, SATISFACTION, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 2544-2563.
- Ayes, Y. T., Hariyadi, G. T., Yovita, L., & Putra, F. I. F. S. (2024). Diferensiasi produk, eco-label, dan brand awareness sebagai peran pengambilan keputusan pembelian pada produk Eiger. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(2), 500-512.
- Dewi, M. S., & Tajuddien, R. (2025). DAMPAK BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE DECISION DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. MAHARAJA PUSAKA NUSANTARA DI KOTA JAKARTA PUSAT. *Journal of Social and Economics Research*, 7(2), 723-737.
- Ernawati, S., & Haryati, I. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE KOTA BIMA. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 7(2), 177-190.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ke 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Heni, K. (2024). PENGARUH KESADARAN MERK PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT GUNUNG MERK EIGER DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi pada Konsumen Alat Gunung Merk Eiger Di

Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Khoiri, A., & Jamaluddin, A. (2024). Pengaruh content marketing, brand ambassador, brand awareness dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian: Studi pada konsumen brand Eiger Adventure di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Khoiri, A., & Jamaluddin, A. (2024). Pengaruh content marketing, brand ambassador, brand awareness dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian: Studi pada konsumen brand Eiger Adventure di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Nuraisah, N. (2021). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI SENSODYNE DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi Kasus Pada Konsumen Sensodyne di Kabupaten Lampung Barat) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG).

Omar, Y. A. A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DUTA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK (STUDI KASUS PADA PENGGUNA PRODUK AZARINE COSMETIC DI KOTA MAKASSAR) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Rahayu, D. R., Cahyani, P. D., & Cahya, A. D. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE DECISION DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PRODUK ERIGO DI YOGYAKARTA). Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online), 5(1), 22-33.

Rahmah, A. I. (2022). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk erigo di Palangka Raya dengan brand trust sebagai variabel intervening (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).

RESTIAWATI, D. (2025). PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN PRODUK PELEMBAP SKINTIFIC DI KOTA SUKABUMI (Doctoral dissertation, Nusa Putra University).

- Rosidah, I., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2025). Pengaruh Label Halal dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Wardah Melalui Minat Beli. *Master Manajemen*, 3(3), 37-48.
- Salsabila, S., Widayanto, W., & Purbawati, D. (2025). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE DECISION PADA KONSUMEN PEACOCKOFFIE KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(1), 179-189.
- 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), 73-83.
- Utami, B., & Tyas, A. W. P. (2024). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan merek sebagai variabel mediasi pada Kopi Nako. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 90-106.
- Vira Azzahra, V. A. (2022). PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EIGER CABANG TALANG BANJAR DIKOTA JAMBI (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari).
- Zamhuri, M., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (2021). Pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Eiger. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(2), 228-240
- 