

## DAFTAR PUSTAKA

### **Sumber Buku :**

- Abdillah, W., & Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS). Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Clark, V. L. P., & Creswell, J. W. 2015. Understanding Research: A Consumer's Guide (Second edi). Pearson Education.
- Hermawan, Asep, Yusran, Husna Leila. 2017. Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana.
- Keller, K. P. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran (12 ed., Vol. 2). Jakarta: Erlangga
- Purwanto. 2011. Statistika Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Schiffman dan Kanuk. (2007). Perilaku konsumen. Edisi 2. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed.)). Bandung : Alfabeta.
- Swastha Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi dua. Yogyakarta: Liberty Offset
- Tjiptono, F. (2016). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi

### **Sumber Jurnal :**

- Aaron, C., & Harjanti, D. (2021). Pengaruh Price Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Dan Perceived Risk Sebagai Variabel Mediasi Pada Layanan Cuci Mobil “ Flex Car Detailing ” Di Surabaya. *Jurnal Agora*, 9(1).
- Akbar, I. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Pembelian Aplikasi Music Streaming Joox. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 5(2).

- Aripin, B., & Sulistiono. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth ( Ewom ) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli ( Survei Pada Followers Akun Instagram @ Saboten \_ Shokudo ). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 37(1), 148–157.
- Candra, B. F., & Suparna, G. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli. *Jurnal Manajemen*, 8(11), 6638–6657.  
<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I11.P13>
- Chrystiantari, M. C., & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Customer Perceived Value E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online)*, 4(2), 215–224.
- Edison, & Restuti, S. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Harga Terhadap Perceived Value , Citra Perusahaan Dan Minat Konsumen Membeli Beras Komersial Bulog Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vi(2), 20–30.
- Erlitna, K. G., & Soesanto, H. (2018). Analisis Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Positive Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Pengguna Iphone Di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4), 1–11.
- Hansudoh, S. A. (2012). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Pada Produk Top Coffee Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(5).
- Hermawan, H., Ramadhan, R. A., & Syahriramdani, M. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth ( Ewom ) Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Richeese Factory. *Equalibrium : Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(1), 65–76.  
<https://doi.org/10.25134/Equi.V18i01.Abstract>
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square ( Sem-Pls ) Dengan Smartpls. *Modul Pelatihan*, 1–4.
- Launtu, A. (2018). Tinjauan Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Nilai Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Konsumen Pada Pt. Go-Jek Indonesia Cabang Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 202–214.
- Lintang, J. (2016). Pencinta Alam Sebagai Bentuk Peran Pemuda Di Tengah Tantangan Kehidupan Kota. *Jurnal Studi Pemuda*, 5(2), 447–466.

- Lukiyana, & Silitonga, A. F. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Merek Terhadap Keinginan Pembelian Ulang Produk Dengan Persepsi Nilai Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Oriflame Di Jakarta. *Jurnal Online Internasional Dan Nasional*, 20(1), 74–90.
- Majid, N. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Pada Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Malang. *Ilmu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Maria, I., Wijaya, V., & Keni, K. (2021). Pengaruh Information Quality Dan Service Quality Terhadap Perceived Value Dan Konsekuensinya Terhadap Customer Engagement Behavior Intention ( Studi Pada Social Commerce Instagram ). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 321–334. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V5i2.12276>
- Muhammad, S. H. B. (2015). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 20–27.
- Nasir, A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Electronic Word Of Mouth ( Ewom ) Terhadap Purchase Intention ( Studi Pada Pelajar Kampung Inggris Pare-Kediri ). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 63–75. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.V4i1.328>
- Nasri, H. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Bts Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Tokopedia Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(2).
- Ningrum, N. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Bts Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Tokopedia Di Indonesia. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 141–152.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada Pt. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang). *Jurnal Intekna*, (2), 102–209.
- Nurjaman, K. (2021). Dampak Kualitas Produk Terhadap Persepsi Nilai, Kepercayaan Dan Niatmahasiswa Membeli Gadget Elektronik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi (Jimea)*, 5(3), 3041–3051.
- Permatasari, M. I., & Soesanto, H. (2015). Analisis Consumer Ethnocentrism Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Mediator. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(3), 1–9.
- Prastyo, K. (2013). Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Di Media Sosial Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka Hoka Bento. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 2(1).
- Prihanto, E., Rodhiyah, & Ngatno. (2016). Pengaruh Atribut Produk Dan Word-

- Of-Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Merek Eiger Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1).
- Puspita, D., & 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 (Jpeb)*, 3(2), 73–83.
- Ramadhan, A., & Idris. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 12, 53–65.
- Rini, E. S. (2016). Pengaruh Experience Quality Terhadap Brand Image Menggunakan Perceived Value ( Studi Kasus Di Stikom Bali ). *Jurnal Sistem Dan Informatika*, 10(2), 9–20.
- Rizki, S. P., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador , Kualitas Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Garnier Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–12.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh Citra Merek , Word Of Mouth , Kualitas Produk , Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eiger Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 1–19.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonal's Mt. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 15(1), 1–10.
- Sudaryono. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 17(4), 391. <https://doi.org/10.24832/jpnk.V17i4.36>
- Wijaya, A., Samuel, H., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Perceived Quality Terhadap Perceived Value Konsumen Pengguna Internet Mobile XI Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–12.
- Wilson, N., & Keni. (2018). Pengaruh Website Design Quality Dan Kualitas Jasa Terhadap Repurchase Intention : Variabel Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 291–310. <https://doi.org/10.25105/jmpj.V11i2.3006>
- Wiryantari, A. A. I. C., & Sukawati, T. G. R. (2016). Peran Persepsi Nilai Dalam Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Pada Niat Beli Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen*, 5(11), 7100–7127.

Zeitaml, V.A. (1988) Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence. *Journal Of Marketing*, 52, 2–22

### **Sumber Internet :**

Agustini, Pratiwi. 2021. “Warganet Meningkat, Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya di Internet”, <https://aptika.kominfo.go.id/2021/09/warganet-meningkat-indonesia-perlu-tingkatkan-nilai-budaya-di-internet/> , diakses pada 23 September 2021

Susilo, Budi. 2018. “10 Prinsip Ekonomi”, <https://klc.kemenkeu.go.id/10-prinsip-ekonomi/> , diakses pada 2 Oktober 2021

Kita, Rimba. 2019. “Sejarah Mapala dan Daftar Lengkap Seluruh Indonesia”, <https://rimbakita.com/sejarah-mapala-dan-daftar-lengkap-seluruh-indonesia/>, diakses pada 2 Oktober 2021

Wartapala. 2018. “Daftar Sispala”, <https://wartapalaindonesia.com/daftar-sispala/> , diakses pada 2 Oktober 2021

Lestari, Estrin Vanadianti. 2020. “10 Merk Perlengkapan Outdoor Lokal Terbaik Indonesia Paling Populer!”, <https://www.cekaja.com/info/merk-perlengkapan-outdoor-lokal-terbaik> , diakses pada 2 Oktober 2021

Arindasari, Putu Monik. 2021. “Inovasi Eiger Di Produk Terbaru, Pembeda Dari Kompetitor”, <https://www.dream.co.id/lifestyle/inovasi-eiger-di-produk-terbaru-pembeda-dari-kompetitor-210316o.html> , diakses pada 3 Oktober 2021

Susanti, Reni dan Robertus Belarminus. 2020. “Perjuangan Eier Pertahankan 4.500 Pekerja Di Tengah Pandemi Covid-19 (1)”, <https://regional.kompas.com/read/2020/06/06/12200061/perjuangan-eiger-pertahankan-4.500-pekerja-di-tengah-pandemi-covid-19-1-?page=all> diakses pada 4 Oktober 2021

Hatta, Arif. 2020. “Eiger Catat Kenaikan Penjualan 5 Kali Lipat Untuk Seri Cycling”, <https://www.theconomics.com/market-expansion/eiger-catat-kenaikan-penjualan-5-kali-lipat-untuk-seri-cycling/> diakses pada 4 Oktober 2021

Echi. 2018. “Eiger Raih Penghargaan ‘Content Marketing Implementation Of The Year’ di ajang Indonesia Content Marketing Award (ICMA) 2018 Dalam Kategori Apparel”, <https://phinemo.com/eiger-raih-penghargaan-di-ajang-indonesia-content-marketing-award-icma-2018/> diakses pada 4 Oktober 2021

- Pandito. 2020. “Eiger Raih Penghargaan Indonesia Good Design Selection (IDGS) Award 2020”, <https://otoexpo.com/eiger-raih-penghargaan-indonesia-good-design-selection-igds-award-2020/> , diakses pada 4 Oktober 2021
- Iman, Mustafa. 2020. “Di Balik Alasan Eiger Tak Pecat Karyawan Meski Pandemi Covid-19”, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/12/di-balik-alasan-eiger-tak-pecat-karyawan-meski-pandemi-covid-19> diakses pada 5 Oktober 2021
- Tim Eigerindo MPI. 2019. “Tentang Kami”, <https://eigerindo.co.id/id/about/> , diakses pada 28 Januari 2022
- Tim Eiger Adventure. 2021. “Tentang Eiger”, <https://eigeradventure.com/about-us> , diakses pada 28 Januari 2022
- Tim Merdeka. 2019. “Eiger : Produk Kami Lebih Mahal Tapi Punya Nilai Lebih”, <https://www.merdeka.com/khas/eiger-produk-kami-lebih-mahal-tapi-punya-nilai-lebih.html> , diakses pada 7 Februari 2022
- Andriani, Dewi. 2022. “Eiger Adventure, Berawal dari 2 Mesin Jahit Kini Produksi 6 Juta Produk Per Tahun”, <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220116/263/1489392/eiger-adventure-berawal-dari-2-mesin-jahit-kini-produksi-6-juta-produk-per-tahun> , diakses pada 9 Februari 2022
- Mutiah, Dinny. 2021. “Usaha Eiger Bertahan Di Masa Pandemi, Buat Kaus Kolaborasi Hingga Produksi APD”, <https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/usaha-eiger-bertahan-di-masa-pandemi-buat-kaus-kolaborasi-hingga-produksi-apd/> , diakses pada 9 Februari 2022
- Arnani, Mela & Rizal. 2021. “Ronny Lukito Dan Sejarahnya Membesarkan Merek Eiger” , <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/29/080101965/ronny-lukito-dan-sejarahnya-membesarkan-merek-eiger?page=all> , diakses pada 10 Februari 2022