

DAFTAR PUSTAKA

- C. M. Sashi. (2012). *Customer Engagement, Buyer-Seller Relationships, And Social Media*. Management Decision Vol. 50 Issue: 2, pp.253-272.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kimmel, A. J., & Kitchen, P. J. (2014). WOM and social media: Presaging future directions for research and practice. *Journal of Marketing Communications*, 20(1-2), 5-20.
- BA Sinaga., S.Sulistiono. (2020). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger.
- Eiger Adventure. (2021). Diakses 8 Agustus 2021 dari <https://eigeradventure.com/>
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 13. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (Millenium ed.). Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Sujarweni, W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Kimmel, A. J., & Kitchen, P. J. (2014). WOM and social media: Presaging future directions for research and practice. *Journal of Marketing Communications*, 20(1-2), 5-20.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Sembilan*. Jakarta: PT. Indeks
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Sukardi. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kompetensi dan Praktiknya)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Susanto. (2014). *Manajemen Strategi Komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- Fatahillah, Sandi. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure di Kota Makassar.
- Mawarsari Putri, Budi Heryanto, dan Endang Triwidyati. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality of Brand, Brand Association, Brand Loyalty, dan Brand Image terhadap Brand Equity Erigo menurut mahasiswa di Surabaya
- Prihatno Eko, Rodhiyah, dan Ngatno. (2016). Pengaruh Atribut Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Pengguna Produk Eiger di Semarang).
- Fadhila, Nida. (2016). Studi Tentang Social Media Marketing dan Brand Awareness, Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Mommilk (Studi Pada Pengguna Instagram Mahasiswa Undip