

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, F. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Produk Zara Pada Pelanggan Sun Plaza Medan. *Skripsi Manajemen Reguler Universitas Sumatera Utara Medan*, 1(3), 82–91.
- Agnes, D. (2022). Motion Graphic Dalam Perancangan Media Promosi Produk Suplemen Di Starsfits. *Journal Of Applied Multimedia And Networking*, 6(1), 79–88. <https://doi.org/10.30871/Jamn.V6i1.4207>
- Ahmadi, N. K., & Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, Vol 03. No.01, Januari 2017, 03(01), 75–95.
- Akhmad Fakhrurozi. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Ump*, 1–7.
- Anam, C., & Istiqomah. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.32764/Margin.V6i1.2577>
- Anggraini, I. D. (2020). Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 660–666.
- Annual Report Matahari Department Store Tbk.* (2020).
- Aprisal, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda). *Journal Administrasi Bisnis*, 5(3), 815–826.
- Budiman Rexy, Agus Supandi, R. L. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Behaviour (Survey Pada Konsumen Pt.Matahari Departement Store Mega Mall Manado). *Emba*, 9(4), 1282–1292.
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk , Kesadaran Merek Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pendahuluan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(September), 75–88.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/knema/>
- Edward Probir Mondol, Narjes Ahmed Salman, Abu Obida Rahid, A. M. K. (2021). The Effects Of Visual Merchandising On Consumer’s Willingness To Purchase In The Fashion Retail Stores. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 11(7). <https://doi.org/10.6007/Ijarbss/V11-I7/10469>
- Eigerindo Multi Produk Industri, I. (2022). *Tentang Eiger*. [Eigeradventure.Com](https://eigeradventure.com). <https://eigeradventure.com/about-us>
- Eko Wahyu Hidayat. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Penjualan*,

- Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Ace Hardware Pondok Indah Mall).*
- Fauziyyah, A. N. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung) Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, *Viii*(1), 1–14.
- Girawan, B. I. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Alpukat Mentega Secara Online (Suatu Kasus Pada Konsumen Kojama Shop). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, *7*(1), 767. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4782>
- Heryana, A. (2020). Hipotesis Penelitian. In *Universitas Esa Unggul 103*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.11440.17927>
- Hidiani, A., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying (Pada Produk Fashion Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, *1*(1), 35. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i1.10404>
- Ipan Hilmawan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman*, 154–166.
- Irawati, D. Y., & Jonatan, J. (2020). Evaluasi Kualitas Pembelajaran Online Selama Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Fakultas Teknik, Universitas Katolik Darma Cendika. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, *9*(2), 135–144. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v9i2.4014.135-144>
- Jelani, F., Arumugam, N., Mohamad, F., & Sulaiman, J. (2022). Investigating The Influence Of Visual Merchandising Elements On Consumers ' Buying. *Kuipsas*, *1*, 1–22.
- Kotler, P. (2018). Marketing Management. In *Essentials Of Management For Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality Or Product Quality (Case Study At Fast Food Restaurant In Jabodetabek). *Binus Business Review*, *12*(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & K. Lwanga, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*.
- Mahmudah, A. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsiq). *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, *1*(2), 290–299. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>
- Maulana, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Axis (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara)*.
- Muthiah, I., & A.S Parawansa. (2018). Pengaruh Visual Merchandising , Display

- Product , Dan *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus : Konsumen Matahari Department *Store* Di Kota Makassar). *Hasanuddin Journal Of Applied Business And Entrepreneurship, Vol. 1 No.(March)*, 88–103.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nafisah, T. A. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada *Store* Dhy Hijab Jombang). *Stie Pgri Dewantara Jombang*, 30–48.
- Nasution, A. W., & Nasution, A. W. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40. <https://doi.org/10.21043/Equilibrium.V7i1.4258>
- Nurudin, N. (2020). Analysis Of The Effect Of Visual Merchandising, *Store Atmosphere* And Sales Promotion On Impulse Buying Behavior. *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.21580/Jdmhi.2020.2.2.6283>
- Nurvita, A. R., & Budiarti, A. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Skechers Di Tunjungan Plaza Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediiasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I03.P08>
- Pipih Sopiyan, A. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajerial*, 20(1), 120–128.
- Riany, M., Afriandi, I., Gharizi, F., Eksterior, D., Interior, D., & Bangunan, E. (2021). Kajian Ekspresi Bangunan Eiger Adventure *Store* Jl . Sumatera Bandung Ditinjau Dari Eksterior Dan Interior Bangunan. *Jurnal Reka Karsa*, 1(2), 1–11.
- Romie Priyastama. (2017). *Buku Sakti Kuasai Spss. Startup*.
- Ruby Evangelin, M., & Vasantha, S. (2022). Mediating Effect Of Impulsive Buying Tendency Between Shopping Enjoyment And Online Impulsive Buying Behavior. In *Lecture Notes In Networks And Systems* (Vol. 356). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-7952-0_44
- 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. <https://doi.org/10.33633/Jpbe.V3i2.2298>
- Sartika, E. (2019). Pengolahan Data Berskala Ordinal. *Sigma-Mu*, 2(1), 60–69. <http://digilib.polban.ac.id>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Pt. Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/Product/Metode-Penelitian-Kuantitatif->

Kualitatif-Dan-Rd-Mpkk/

- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/Jm.V21i2.230>
- Suriانشa, R., Bustomi, H., Herlina, E., & Iskandar, Y. (2022). The Effect Of Visual Merchandising , Product Display And Store Atmosphere On Impulse Buying Customers Of Ramayana Malang. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 14565–14573.
- Tantowi, B. F. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Di Outlet Eiger Manyar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1076–1082.
- Top Brand Award. (2022). *Top Brand Index Eiger*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=eiger
- Ustanti, M. (2018). Effect Of Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping On Impulse Buying Behaviour Community Middle Class On Online Shopping. *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)*, 20(8), 8–11. <https://doi.org/10.9790/487x-2008020811>
- Yusuf, F., & Syamsudin. (2022). The Influence Of Product Quality And Price On The Purchase Decision Of Honda Beat Motorcycles. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 199–206.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/Tarbiyah.V7i1.2100>
- Zamhuri, M., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Manivestasi*, 03, 228–240.