

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Darpito, Surpiko Hapsoro. (2010). Peran Biaya Beralih Pelanggan dalam Penguatan Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas. *Jurnal Karisma*, (4)2, 118-131.
- Diskominfo Kab. Kotawaringin Barat. (2020). *Jadikan Masker Gaya Hidup Baru Kominfo Kampanyekan #AyoPakaiMasker*. Diakses pada 20 Oktober 2021, dari <https://diskominfo.kotawaringinbaratkab.go.id/page/detail/jadikan-masker-gaya-hidup-baru-kominfo-kampanyekan-ayopakaimasker>.
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 2686-2484.
- Goyette, et all. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences: Wiley Interscience*, 27(1), 5-23.
- Bps Kabupaten Brebes. (2020). *Persentase Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Akses Terhadap Teknologi Informasi*. Diakses pada 10 Maret 2023, dari <https://brebeskab.bps.go.id/statictable/2019/11/03/386/jumlah-sarana-komunikasi-masyarakat-di-kabupaten-brebes-2016.html>
- Tribun Pontianak.co.id. (2021). *Harga Masker Sensi Duckbill di Alfamart, Cara Membeli Masker Duckbill di Alfamart Secara Online*. Diakses pada 25 Oktober 2021, dari <https://pontianak.tribunnews.com/2021/02/04/harga-masker-sensi-duckbill-di-alfamart-cara-membeli-masker-duckbill-di-alfamart-secara-online>.
- Shopee.co.id. (2021). *Masker Duckbill Import Terbaru Isi 50 Pcs*. Diakses pada 25 Oktober 2021, dari <https://shopee.co.id/MASKER-DUCKBILL-IMPORT-TERBARU-ISI-50PCS-PER-BOX-i.21455109.8819634269>.
- Shopee.co.id. (2021). *Ulasan Salah Satu Konsumen Masker Sensi Duckbill*. Diakses pada 27 Oktober 2021, dari <https://shopee.co.id/masker-sensi-duckbill-original-i.101205908.5242084069>.
- Pinhome.id. (2022). *Alasan Mengapa Masker Duckbill Sensi Banyak Digemari Banyak Orang*. Diakses pada 28 Desember 2022, dari <https://www.pinhome.id/blog/alasan-menggunakan-masker-duckbill>.

- Ochell. (2021). *Rekomendasi Masker yang Nyaman digunakan*. Diakses pada 13 Desember 2021, dari <https://editorial.femaledaily.com/blog/2021/02/10/rekomendasi-masker-yang-nyaman-digunakan>.
- Wikipedia. (2021). *Pandemi Covid-19*. Diakses pada 25 Oktober 2021, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_Covid-19.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Luthfiyatillah, et all. (2020). Efektifitas Media Instagram dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) terhadap Minat Beli serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5 (1), 101-115.
- Padmawati, N. M, & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Peran Kepercayaan Merek dalam Memediasi Pengaruh E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime di Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2621-2641.
- Putri, R.A.A, & Rismawati (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan E-WOM Terhadap Purchase Decision Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(7), 2461-0593
- Rachmawati, et all. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 187-200.
- Rahmah, H. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin (Studi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya)*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019). Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021, dari https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=http://digilib.uinsby.ac.id/34496/2/Hadaita%2520Rahmah_G73215035.pdf&ved=2ahUKEwjQxOTy_7T4AhUY4HMBHaCUCMMQFnoECAwQAQ&usg=AOvVaw1-rb6q9zB-oRghplypumzF.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis (Pengembangan Pendekatan-Keahlian)* Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Suartina I W., Wimba, IGA., Astrama, I M., Wulandari, N.L.A.A., Rahmayanti, P.L.D., , Yasa, N.N.K. & Sujana, I K., (2022), The Role of Brand Love in Mediating The Effect of Intensive Distribution and Social Media Promotion on Brand Loyalty and E-WOM. *International Journal of Data And Network Science*, 6 (2), 335-346.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2013), "*Service, Quality dan Satisfaction*", Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit ANDI.