

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, M. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest. *Journal of Secretary and Business Administration*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.31104/jsa.b.v3i1.83>
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen* (1st ed). Jakarta: Rena Cipta Mandiri.
- Anjani, C. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Sehat, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi (Studi Kasus pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen). *Universitas Putra Bangsa*, 1(4), 1–9. <http://eprints.universitaspuprabangsa.ac.id/id/eprint/987>
- Antara. (2023, January 22). *DATA COVID-19 DI INDONESIA*. Antara. <https://www.antaranews.com/covid-19>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (16th ed). PT. Rajagrafindo Persada.
- Azimi, S., Andonova, Y., & Schewe, C. (2022). Closer together or further apart? Values of hero generations Y and Z during crisis. *Young Consumers*, 23(2), 179–196. <https://doi.org/10.1108/YC-03-2021-1300>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed). Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Dian Sudiantini, Prastiani, N. D., Prabowo, P. B., Ainurohimah, P., & Fadhilah, R. (2023). Pengaruh Keputusan Pembelian Online dipicu oleh Minat Beli dan Media Sosial dalam Manajemen Pemasaran setelah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 135–141. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.474>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran* (1st ed). Yogyakarta: Deepublish.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Febiyati, L., & Aqmal, D. (2022). Pengaruh E-WOM, Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Grab melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 28–39. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JMDB/article/view/6165>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Yogyakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2020). *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan, dan Aplikasi* (1st ed). Bandung: CV. Noah Aletheia.
- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Belitang OKU Timur: CV.

Hira Tech.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed). Universitas Diponegoro.
- Gómez-Rico, M., Molina-Collado, A., Santos-Vijande, M. L., Molina-Collado, M. V., & Imhoff, B. (2023). The role of novel instruments of brand communication and brand image in building consumers' brand preference and intention to visit wineries. *Current Psychology*, 42(15), 12711–12727. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02656-w>
- Hadihah, D. T., Mulyadi, & Nurqamarani, A. S. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Minuman Vitamin C (Studi Kasus pada Produk You C 1000 di Kota Samarinda). *Ekonomia*, 9(3), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/386405-none-0f23b336.pdf>
- Harari, T. T., Sela, Y., & Bareket-Bojmel, L. (2023). Gen Z during the COVID-19 crisis: a comparative analysis of the differences between Gen Z and Gen X in resilience, values and attitudes. *Current Psychology*, 42(28), 24223–24232. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03501-4>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed). Mataram: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (1st ed). Kuningan: Insania.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Ilmiyah, N., Lailisna, N. N., Widiyanti, I. S. R., Ginting, S., Cacik, S., Alim, W. S., Maulidah, T., Elisanti, A. D., Sa'ida, N., & Dewa, P. K. (2021). *Mudahnya Memahami Metode Penelitian (Pengertian dan Konsep Dasar)* (1st ed). Bojonegoro: CV. Agrapana Media.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen* (1st ed). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ismail, A. R., Nguyen, B., Chen, J., Melewar, T. C., & Mohamad, B. (2021). Brand engagement in self-concept (BESC), value consciousness and brand loyalty: a study of generation Z consumers in Malaysia. *Young Consumers*, 22(1), 112–130. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2019-1017>

- Karina, M., Bila, N. S., Primantari, R., Tara, J. D., Rahmawati, A. F., Murti, N. W., Qintara, M. A., Hanifah, F., Wahyuni, D., A. A. A., & Novita, M. V. (2021). *Gen Z Insights: Perspective on Education* (1st ed). Surakarta: UNISRI Press.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Merung, A. Y., Nufus, H., & Nurhayati. (2020). *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup dan Konsep Dasar)* (1st ed). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed). Pearson Education.
- Kumala Sari, N. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Pokana Saat Pandemi di Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 63–70. <https://doi.org/10.37531/amar.v2i1.151>
- Kurniawan, G. (2021). *Buku Monograf* (1st ed). Surabaya: CV. Mitra Abisatya.
- Lorista, D., Ginting, S. O., & Pelawi, P. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 100–112. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.979>
- Messy, U. I., & Yuliviona, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Masker Sensi Duckbill di Kota Padang. *19(2)*. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/19215>
- Morfi, C. W., Junaidi, A., Elsesmita, Asrini, D. N., Pangestu, F., Lestari, D. M., Medison, I., Russilawati, Fauzar, Kurniati, R., & Yani, F. F. (2020). Kajian Terkini CoronaVirus Disease 2019 (COVID-19). *Jurnal Ilmu Kesehatan Indonesia*, 1(1). <https://doi.org/10.25077/jikesi.v1i1.13>
- Mu'in, B., Arifin, R., & ABS, M. K. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Masker Merek Sensi Akibat Adanya Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(12), 82–94. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/14262>
- Mubarak, R. (2021). *Pengantar Ekonometrika* (1st ed). Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Nadhofati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Convex 4ply. *Universitas Putra Bangsa*. 1(4), 1–9. <http://eprints.universitaspuprabangsa.ac.id/id/eprint/1195>
- Pakerti, S. P. I., & Panday, R. (2021). Pengaruh Minat Beli melalui Media Online terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Bhayangkara*. https://www.researchgate.net/publication/348566619_Pengaruh_Minat_Beli_melalui_Media_Online_Terdapat_Keputusan_Pembelian

- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed). Tangerang: Pascal Books.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed). Bandung: Alfabeta.
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13137>
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (1st ed). Cirebon: Insania.
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2), 137–150. <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (1st ed). Yogyakarta: Deepublish.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran* (1st ed). Yogyakarta: CV. Markumi.
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sandra, N. A., Deriani, N. W., & Panjaitan, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang di Mediasi oleh Minat Beli. *Widya Manajemen*, 5(2), 147–158. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v5i2.4172>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (1st ed). Sukabumi: Samudra Biru.
- Septiani, F. (2017). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada PT Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta). *Jurnal Mandiri*, 1(2), 274–288. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v1i2.22>
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian* (1st ed). Surakarta: CV. Tahta Media Group.
- Shintiani, A., Sulaesih, D., & Merlina, T. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Merek Sensi di Borma Toserba Cijerah Kota Bandung. *Manners*, 5(2), 119–131. <https://doi.org/10.56244/manners.v5i2.626>
- Sholikah, Mundzir, A., Y, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliانا, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Pujiastuti, N. S., & Rahajeng Elsy. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan* (1st ed). Cirebon: Insania.

- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Pematang Siantar: CV. Media Sains Indonesia.
- Smith, K. T. (2019). Mobile advertising to Digital Natives: preferences on content, style, personalization, and functionality. *Journal of Strategic Marketing*, 27(1), 67–80. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1384043>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed). Surabaya: CV. Pustaka Abadi.
- Sudaryanto, S., Suroso, I., Hanim, A., Pansiri, J., & Latifatil Umama, T. (2021). Impact of Culture, Brand Image, and Price on Buying Decisions: Evidence from East Java, Indonesia. *Innovative Marketing*, 17(1), 130–142. [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.11](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.11)
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. Malang: Media Nusa Creative.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian* (31th ed). Bandung: Alfabeta.
- Tanata, H. F., & Chirstian, S. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Hungtata. *PERFORMA*, 4(6), 94–103. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1182>
- Tjaja, L. P. A., Yantih, N., & Hatta, I. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image dengan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat OTC di Apotek X Jakarta Timur. *Malahayati Health Student*, 3(1), 4025–4046. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i12.12004>
- Tjiptadi, M. (2019). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed). Yogyakarta: Andi.
- Ulyah, C. A., Salfadri, & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Alat-Alat Kesehatan pada PT. Tirta Medical Indonesia Cabang Padang. *Jurnal Matua*, 3(3), 418–430. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/374>
- Winkok, J. P., William, W., & Joe, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Ambassador, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Whitelab pada Pengguna Whitelab Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 126–139. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.1016>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori & Strategi*. (1st ed). Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.