

DAFTAR PUSTAKA

AisNandi, G., & Amron, A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 513–524. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2358>

Asteriou, D., & Hall, S. G. (2021). *Applied Econometrics (Fourth Edition)*. Bloomsbury Publishing Plc.

Chasanah, H. F., & Saino, S. (2022). The Effect Digital Content Marketing And Product Quality On Purchasing Decisions Through Buying Interest as Intervening Variable. *Manajemen, Teknologi Informatika Dan Komunikasi (Mantik)*, 6(1). <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/2312>

Farhanah, A., & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>

Fasha, A. F., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

Irsyad, B. M., & Sukma, R. P. (2023). Intermediasi Minat Beli Pada Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing dan Citra Merek. *Eduturisma*, 7(2). <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1297>

Kristanto, D., Ipmawan, H., Kuncoro, A. W., Naryoto, P., Pakpahan, M., & Hendrawan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Ekuitas Merek Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 84–97. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1382>

Lemeshow, H., Klar, dan L., & W. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. Wiley.

Listania, L., & Zulfahmi, A. (2023). The Influence of Digital Marketing and Promotion on Purchasing Decisions at the BEAU Jatibening Bekasi Store. *Jurnal Manajemen Bisnis*.

Monoarfa, H., Rosida, R., & Nugraha, D. H. (2023). The Influence of Brand Image, Religiosity and Online Consumer Review on Intention to Purchase Halal Cosmetics (Study on Generations Z and Y in West Java) (pp. 87–101). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-176-0_7

Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Pada Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>

Pinardi, R. R., Simamora, G. M., & Putra, A. (2024). Samsung Smartphone Global Marketing Strategy and Dynamics: Literature Review. *International Journal of Research and Review*, 11(8), 527–536. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20240855>

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Pada Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>

Sallis, J. F., Cerin, E., Conway, T. L., Adams, M. A., Frank, L. D., Pratt, M., Salvo, D., Schipperijn, J., Smith, G., Cain, K. L., Davey, R., Kerr, J., Lai, P.-C., Mitáš, J., Reis, R., Sarmiento, O. L., Schofield, G., Troelsen, J., Van Dyck, D., ... Owen, N. (2016). Physical activity in relation to urban environments in 14 cities worldwide: a cross-sectional study. *The Lancet*, 387(10034), 2207–2217. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)01284-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)01284-2)

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (6th ed.). Wiley.

Siwu, R. E. L., Mananeke, L., & Loindong, S. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Pada Pembelian Produk Pada Rumah Makan Mi Pangsit Jalur Dua Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.34749>

Syah, M. D., Ali, H., & Asif Khan, M. (2024). Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Flos Cibitung. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 273–285. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.211>

Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto dan Coffee Kawasan Megamas di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>

Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Smartphone melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*.

Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal of Management*.

Agustina, M. D. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen*.

Gultom, H. C., & Ranandaru, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Minat Pembelian Smartphone Samsung. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*.

Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.

Chasanah, H. F. (2022). The effect digital content marketing and product quality on purchasing decisions through buying interest as intervening variable. *Jurnal Mantik*, 6(1), 551-559.

Veronica, A., Ernawati, & Dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Hidayanti & S. S. Aulia, eds.). Padang: PT.Global Eksekutif Teknologi

Asteriou, D., & Hall, S. G. (2021). *Applied econometrics* (4th ed.). Red Globe Press.
Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Albright, S. C., & Winston, W. L. (2017). *Research methods and data analysis for business decisions: A primer using SPSS*. Cengage Learning.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Rizal, M. R. M., & Malihah, L. M. L. (2022). ANALISIS SWOT PADA PRODUK SMARTPHONE APPLE DAN SAMSUNG. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Ekobis-DA)*, 3(1).

Willdannny, P. Z., & Sukma, R. P. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Pada Toko Wardah Di Buaran Mall: Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Pada Toko Wardah Di Buaran Mall. *Ekonomi & Bisnis*, 23(2), 161-173.

Irsyad, B. M., & Sukma, R. P. (2023). Intermediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Dan Citra Merek. *Eduturisma*, 7(2).

Syah, M. D., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Determinasi Minat Beli Dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Flos Cibitung. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 273-285.

Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Victoria Tiban. *Eco-Buss*, 6(1), 66-78.

Daryanti, M. D., Hidayat, R., Rahayu, S., & Fitrianty, R. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Kota Sumenep. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(6), 1321-1336.

Nurlia, R., Indriani, W., & Wuryanti, L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi (Studi Kasus

Mobil Pajero Sport Cabang Lampung Selatan). Jurnal Jejama Manajemen Malahayati, 3(2), 241-248.

Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Holland Bakery Batubulan. Emas, 2(3).