

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, K., & Seminari, D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan *Brand Switching*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 189–203.
- Anzala Sahrul Ramadhan. (2024). *Pengaruh word of mouth, dissatisfaction, variety seeking terhadap Brand Switching jasa kurir J&T Express*.
- Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Bae, S. J., & Kim, H. J. (2023). The Role of *Brand Trust* in Reducing *Brand Switching* Behavior. *Journal of Consumer Behavior*, 18(3), 325–340.
- Baek, T. H., & Kim, J. (2020). *Brand Switching* Behavior and Consumer Complaint Patterns. *Journal of Consumer Marketing*, 35(4), 278–290.
- Budiyanto, A., & Utami, S. (2021). Pengaruh *Lifestyle* terhadap Perilaku *Brand Switching* Konsumen Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 12(4), 245–256.
- Budiyanto, A., & Wiwaha, B. (2021). *Pancasila di Era Globalisasi dan Digitalisasi: Panduan Memahami dan Mengamalkan Pancasila dalam Konteks Modern*. Deepublish Digital.
- Chandra, R. A. (2023). *Efektivitas Penggunaan Smartphone sebagai Alat Bantu Pembelajaran Siswa Memahami Materi Pembelajaran di SMA Negeri 5 Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Chatrin, A., & Karlina, D. (2020). Definisi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Switching* pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 122–135.
- Daryanto, & Setyabudi, I. (2020). *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Strategi, dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dian, R. (2020). *Brand Trust* dan Perilaku Konsumen terhadap *Brand Switching*. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(1), 55–70.
- Djan, P., & Ruvendi, F. (2006). Analisis Perilaku Konsumen dalam *Brand Switching*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(1), 89–104.

- Dwi, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Deskriptif dan Verifikatif*. Jakarta: Penerbit Aksara.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fatmala, R., & Setiawan, A. (2022). *Teknologi Komunikasi Smartphone pada Interaksi Sosial*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1).
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, A. (2020). *Brand Trust: Konsep, Pengukuran, dan Aplikasinya dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fintikasari, A., & Ardyana, E. (2020). Hubungan Gaya Hidup dan Keputusan *Brand Switching*. *Jurnal Riset Manajemen Pemasaran*, 10(2), 123–134.
- Firdausiah, F., Ramdani, H., & Safitri, S. (2024). Analisis Pengaruh *Brand Trust* terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 45–58.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2021). Who are the *Social Media Influencers*? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.
- Friti Sinta, et al. (2023). The impact of *Brand Trust* and *Perceived Quality* on brand loyalty in mediation customer satisfaction: A case study of Kopi Kenangan consumers in Medan City.
- Ganda, R. (2024). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Merek Smartphone: Laporan Top Brand Award 2020–2024. *Top Brand Research Report*. Diakses dari <https://www.topbrand-award.com>.
- Ginting, et al. (2022). The influence of servicescape and brand image on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable at The Coffee Crowd Medan.

- Giovandhi, S., & Adlina, R. (2023). Persaingan Pasar Smartphone Global: Android dan *Iphone* dalam Konteks Gaya Hidup Modern. *Jurnal Pemasaran dan Inovasi*, 11(2), 145–157.
- Givon, M. (2001). Consumer Switching Behavior and Its Implications for Brand Management. *Journal of Marketing Research*, 38(4), 485–499.
- Gunawan, H. (2020). Analisis Ancaman *Brand Switching* terhadap Keberlanjutan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(3), 217–230.
- Hapzi. (2023). Model of consumer trust on travel agent online: Analysis of perceived usefulness and security on re-purchase interests (Case study tiket.com).
- Harjadi, D., Gunawan, W. H., & Wijaya, T. S. (2024). *Pengaruh pemasaran media sosial Instagram, E-WOM, dan co-branding terhadap perilaku pergantian merek dari merek sepatu lain ke sepatu Aerostreet melalui niat pembelian (Survei konsumen sepatu Aerostreet di Kabupaten Kuningan)*.
- Hirschman, E. C. (2020). Exit, voice, and loyalty: Some critical issues. *Journal of Consumer Research*, 46(5), 732–748.
- Indriyani, A., & Pasharibu, N. (2020). Perilaku Konsumen dalam Perspektif *Brand Switching*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 215–230.
- Irsyadi, M. (2020). *Analisis Statistik dalam Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Penerbit Sejahtera.
- Jack, A., & Rara, S. (2020). The Impact of *Brand Trust* on Consumer Switching Behavior. *Marketing and Consumer Insights Journal*, 7(1), 33–47.
- Jushermi. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *Brand Switching* pada konsumen remaja pengguna kartu seluler prabayar di Pekanbaru.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Interactive Marketing*, 49, 8–20.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kenly, D. (2020). *Consumer Dissatisfaction* and its role in *Brand Switching*: A study in the banking and telecommunications sectors. *Journal of Marketing Research*, 38(3), 35-47.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2021). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laksono, B., & Iskandar, R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Psikologi dan Manajemen*, 12(2), 75–89.
- Maria, J. (2020). Hubungan *Perceived Quality* dengan Keputusan Konsumen Beralih Merek. *Jurnal Psikologi Pemasaran*, 6(3), 188–198.
- Natalie. (2022). *Pengaruh customer perceived value terhadap brand loyalty melalui customer satisfaction sebagai variable intervening pada produk MS Glow di Kota Malang*.
- Nilasari, R., & Yoestini, E. (2020). Faktor-Faktor Penyebab *Brand Switching* pada Konsumen. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 8(1), 45–60.
- Nilasari, R., & Yoestini, E. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Switching* pada Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 10(3), 267–279.
- Oliver, R. L. (2020). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Poluan, J. M., et al. (2020). Faktor-Faktor Penyebab *Brand Switching* pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(3), 43–56.

- Poluan, J. M., et al. (2020). Pengaruh Customer Dissatisfaction terhadap Keputusan *Brand Switching*. *Jurnal Manajemen Strategi*, 11(1), 78–89.
- Putri, A. N. (2021). Analisis Loyalitas Konsumen Smartphone Android di Pasar Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Bisnis*, 9(2), 155–167.
- Rahayu, S., et al. (2020). Persepsi Kualitas dan Dampaknya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 7(2), 112–125.
- Ramadhan, A. S., & Simanjuntak, M. (2020). *Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri*. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 11(3), 243–254.
- Rara, A. (2020). *Brand Trust* dalam Perspektif Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 145–160.
- Riduan, M. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Penerbit Edukasi.
- Rismaya, T. (2020). Perubahan Gaya Hidup dan Dampaknya terhadap Konsumsi Generasi Z. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 5(4), 222–230.
- Roony, T., et al. (2020). Persepsi Kualitas dalam Perspektif Konsumen: Analisis Karakteristik Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kontemporer*, 11(3), 245–260.
- Sanawiri, A., et al. (2020). Customer Dissatisfaction dan Hubungannya dengan Perpindahan Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 98–112.
- Sandra, D. (2020). Pengaruh *Perceived Quality* terhadap *Brand Switching*. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 12(1), 75–84.
- Sanjaya, H. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktis dan Teoritis*. Jakarta: Penerbit Rajawali.
- Senjaya. (2013). *Pengaruh customer experience quality terhadap customer satisfaction & customer loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C*.
- Septrizola, R. (2020). Fenomena Peralihan Merek dalam Pasar Kompetitif. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–35.

- Septrizola, R., et al. (2020). Hubungan Customer Dissatisfaction dengan *Brand Switching*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 25–35.
- Shabiyah, N. (2020). Gaya Hidup dan Pengaruhnya pada Perilaku Konsumsi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 7(1), 45–58.
- Suliyanto, S. (2020). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Suryani, D., & Hendryadi, I. (2020). *Metode Pengumpulan Data melalui Angket/Kuesioner*. Jakarta: Penerbit Insan Cendekia.
- Sutarsih, A., Suhartono, W., & Rahayu, L. (2021). Statistik Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia. Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://www.bps.go.id>.
- Sutarsih, A., Suhartono, W., & Rahayu, L. (2023). Proyeksi Peningkatan Penggunaan Teknologi Komunikasi: Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi. *Laporan Resmi Statistik BPS Tahun 2023*. Diakses dari <https://www.bps.go.id>.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2013). Perilaku Konsumen: Pemahaman tentang *Brand Switching*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis dan Teoritis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyono. (2020). The influence of satisfaction, variety seeking, and alternative attractiveness to switching behaviour through switching intentions.
- Wang, Y.-H., & Lee, C.-C. (2016). The Impact of *Perceived Quality* on Consumer Decision-Making. *Journal of Consumer Research*, 42(4), 345–357.
- Wibowo, A., & Riyadi, H. (2020). *Consumer Behavior: Gaya Hidup dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Kurnaen, & Agung. (2020). *Pengaruh atribut produk dan variety seeking terhadap keputusan perpindahan merek handphone Nokia ke smartphone Samsung di Roxy Jakarta*.

- Yaneri dkk (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Widina Media Utama. Bandung
- Yunanda, A., & Rafiq, M. (2021). Analisis *Perceived Quality* terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 13(1), 88–96.
- Zeithaml, V. A. (2020). *Consumer Perceived Quality and Its Impacts on Brand Loyalty*. *Journal of Consumer Research*, 45(1), 12–25.
- Zhang, Y., Liu, X., & Wang, Q. (2020). The impact of customer dissatisfaction on *Brand Switching* behavior: Evidence from the smartphone industry. *International Journal of Consumer Studies*, 44(6), 478-489