

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. P. W., & Seminari, N. K. (2018). Pengaruh Lifestyle, Efek Komunitas dan Fitur Produk terhadap Brand Switching Warung Internet ke Wifi ID Corner (Studi pada Wifi Id Corner di Denpasar). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 158–171.
- Al-Faraqi, F. A. (2015). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Efikasi Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Jurusan Kedokteran Siswa Kelas Xii Ipa Sma N 1 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(2), 112–121.
- Antika, W. R., Anwar, A., Aswar, N. fadilah, Musa, C. imran, & Abadi, R. R. (2025). Peran Keunggulan Komparatif Dalam Memediasi Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Makassar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 5017–5028.
- Appiah, D., Ozuem, W., Howell, K. E., & Lancaster, G. (2019). Brand switching and consumer identification with brands in the smartphones industry. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(6), 463–473.
- Arsana, I. M. M., Yuliana, I., Wardi, P. A., Jati, L. J., & Nirwana, B. N. (2025). Analisis Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Vape melalui Pengetahuan Produk, Group Reference dan Harga. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 405–412. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1066>
- Bali, S., Bali, V., Gaur, D., Rani, S., Kumar, R., Chadha, P., Sharma, Y., Prakash, C., Shahare, P., Singh Khera, G., Kampani, S., Solopova, N., Dixit, S., & Vatin, N. I. (2023). A Framework to Assess the Smartphone Buying Behaviour Using DEMATEL Method in the Indian Context. *ASEJ: Ain Shams Engineering Journal*, 102129.
- Bowo, A., Kasmoo, P., & Jayanti, R. (2018). Studi Brand Switching Behavior dari Taxi Meter Konvensional ke Taxi Online. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 238–257.
- Cahyo, R. J., & Harjanti, D. (2013). Analisa Inovasi Produk Pada Sektor Usaha Formal Dan Informal Di Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 121–131.
- Cakrawala University. (2024, November 13). *Apa Itu Fitur Produk, Contoh dan Jenis-Jenisnya*. <https://www.cakrawala.ac.id/Berita/Apa-Itu-Fitur-Produk>. <https://www.cakrawala.ac.id/berita/apa-itu-fitur-produk>
- Cassany, S. Al. (2019). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap

- Keputusan Menggunakan Bahan Bakar Pertamina Di Kota Di Banda Aceh. *Bisnis Net: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 11–23.
- Chang, I., Liu, C., & Chen, K. (2014). The Push, Pull and Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites. *Information Systems Journal*, 24, 323–346. <https://doi.org/10.1111/isj.12030>
- Chaudhary, G. (2018). *A Study on Influence of Reference Group and Role and Status on Consumer Buying Behaviour*. 1(January), 141–146.
- Cheng, S., & Choi, B. (2018). An Empirical Investigation of Users Voluntary Switching Intention for Mobile Personal Cloud Storage Services Based on the Push Pull Mooring Framework. *Computers in Human Behavior*, 198–215. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.035>
- Dinanda, Purnamasari, F., & Nurhayati. (2025). Pengaruh Consumer Dissatisfaction Dan Persepsi Harga Terhadap Keinginan Berpindah Merek Provider Indosat Ke Xl Axiata Melalui Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(7), 68.
- Du, J., Song, B., Wang, X., & Wu, Z. (2024). Busyness and Diverse Choice: How Perceived Busyness Shapes Consumer's Preference for Variety Seeking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 104003. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104003>
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk , Fitur Produk , dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *Eco-Buss (Economy and Bussiness)*, 6(1), 166–178.
- Ermalina. (2020). Pengaruh Fitur dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Pintar. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 11–20.
- Farida, F., Nurwanita, N., & Ferdiawan, F. (2020). Pengaruh Berbagai Faktor terhadap Brand Switching Handphone pada Mahasiswa Fakultas dan Ekonomi Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 89–109. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i2.13.89-109>
- Febiastuti, S., & Nawarini, A. T. (2018). Factors Influencing Brand Switching Behavior: Role Of Variety Seeking Need As Moderator Variable. *Journal of Research in Management*, 1(2). <https://doi.org/10.32424/jorim.v1i2.24>
- Fitriani, D. N., Fatimah, F., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Fitur, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO (Studi Kasus di Mentari Cell Jember). *GROWTH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 443–456. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2685>

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govender, K. K. (2017). Brand Choice and Brand Switching: A Case Study of Relocated Consumers. *African Journal of Economic and Management Studies*, 8(4), 441–461. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-11-2016-0169>
- Gusmadara, L., & Utami, H. Y. (2013). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perilaku Perpindahan Merek pada Pengguna SIM Card Simpati PT. Telkomsel Tbk Di Kota Padang. *ECONOMICA (Journal of Economic and Economic Education)*, 2(1), 50–58.
- Ha, J., & Jang, S. S. (2012). Variety Seeking in Restaurant Choice and Its Drivers. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.007>
- Haq, N. U. (2022). Penggunaan Smartphone Terhadap Perubahan Pola Sosialisasi Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(2), 304–310. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v23i2.3427>
- Hardiana, C. D., Yusril, & Intani, A. L. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Word Of Mouth dan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek Smartphone Iphone ke Merek Lain (Studi pada Siswa di Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi). *Jurnal Pajak & Bisnis*, 5(1), 1–10.
- Hardiyanto, M. R. P., Pahlevi, G., & Nugroho, M. F. (2023). Pengaruh Fitur-Fitur Aplikasi Duolingo Terhadap Popularitasnya. *Jurnal Sains, Nalar, Dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 3(1), 23–28.
- Harnoto, T. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa : Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup. *Journal Ilmu Komunikasi*, 30(2), 181–197. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/download/1708/1188>
- Hoki, L., Simamora, R. B., & Michael. (2024). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Bambu Ungu Resto. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 373–392.
- Hutapea, I. G., Mardhiyah, A., & Siregar, O. M. (2025). Pengaruh Variety Seeking Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Produk Kosmetik (Survei Pada Remaja Pengguna Kosmetik Di Kota Medan). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6643–6648.
- Indrawati, L. (2018). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Vitamin C di Surabaya Timur. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 4(1), 46–55.

- Indriani, A. R., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan E-Wom terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Pengguna Smartphone Samsung Galaxy Series yang Berpindah ke Iphone). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(2), 17–27.
- Irawan, A., Indiyastuti, N., & Suliyanto. (2010). Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keinginan Berpindah Merek Handphone (Survei pada Pengguna Handphone di Kota Purwokerto). *Performance: Jurnal Personal, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 11, 83–106.
- Irena, F. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Behaviour Smartphone Samsung. *AGORA*, 6(2), 1–5.
- Isa, S. M., Kelly, L., & Kiumarsi, S. (2020). Brand Switching Through Marketing Mix: The Role of Brand Effect on Smartphone Users. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, 10(3), 419–438. <https://doi.org/10.1504/IJPMB.2020.107940>
- Kuirniawan, R., & Matahari, R. (2022). Pengaruh Service Quality dan Reference Group terhadap Keputusan Konsumen dalam Berbelanja di Lotte Mart. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3826–3833.
- Labiybah, A., Wijayanto, A., & Prihatini, A. E. (2025). Pengaruh Variety Seeking dan E-WOM terhadap Brand Switching pada Pengguna Samsung ke Iphone (Studi pada Generasi Z di Kota Semarang). *JLAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(3), 958–969.
- Lestari, N. K. (2022). Brand Switching Behaviour Pada Produk Skincare Halal Ditinjau Berdasarkan Prior Experience Dan Variety Seeking Buying Behaviour. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 4(2), 103–120. <https://doi.org/10.15575/aksy.v4i2.23537>
- Lubis, R. A., & Parhusip, A. A. (2025). Pengaruh Fitur Produk, Personal Selling dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Pengguna Vivo di Kota Medan. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 5(4), 1370–1384.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Persepektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Maulidiyah, W., & Nurhadi. (2025). The Influence of Consumer Dissatisfaction and Competitor Advertising Attractiveness on Brand Switching Through Variety Seeking as an Intervening Variable (Study on Realme Smartphone Users in Surabaya). *IJSE : Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 4951–4967.
- Mohan, V. K., & Pragnya Suma, M. V. (2018). *The Role of Reference Groups in*

Brand Choice and Purchase Decision A Case Study of Working Women in Select Educational Institutions. 5(12), 155–162. www.jetir.org

- Mulyani, S., Murni, Y., & Putri, M. (2023). Pengaruh Lifestyle, Kelompok Referensi, Atribut Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 452–461.
- Mustofa, A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Kebutuhan Mencari Variasi dan Harga terhadap Berpindah Merek Smartphone Samsung dan Berpindah ke Merek Lain (Studi Pada Mahasiswa STIE Putra Bangsa Kebumen). *Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa*.
- Nawarini, A. T. (2019). Pengaruh Perceived Value dan Kepuasan pada Loyalitas Pengguna Kartu Seluler di Kota Purwokerto dengan Variabel Variety Seeking sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(1).
- Nazah, I. S., Hartati, T., & Siambaton, E. (2017). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Humaniora*, 14(1), 51–58.
- Nellyaningsih, & Hidayat, R. (2019). Analisis Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi. *Akrab Juara (Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial)*, 4(4), 144–155.
- Noviantoro, R., Soleh, A., & Mardhatillah, T. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dalam Pembelian Produk Smartphone (Studi pada Pelanggan Duta Ponsel Bengkulu). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(1), 146–156.
- Nuryadi, A., Kusdyah, I., & Bukhori, M. (2023). Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, Dan Komitmen Kerja Terhadap Kinerja Guru Di Smpit Al Uswah Bangil. *JIRAM: Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 376–389. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.28>
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan AA Raffi Fried Chicken Sindang Barang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66.
- Purba, N. R., & Safrin, F. A. (2023). The Effect Of Reference Group And Perceived Price On Brand Switching E-Commerce Shopee In Meda. *Journal of Business Administration, Management, Economics and Accounting*, 1(2), 58–63.
- Putra, E. (2018). the Effect of Product Quality, Advertising and Customer Satisfaction on Smartphone Brand Switching (Case Study of Stie Pasaman

- Students). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(3), 287–295.
- Putri, E. M., & Astuti, M. (2020). Analisis Perpindahan Merek (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone OPPO di Ciganjur, Jagakarsa). *JIMT : Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 333–341. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Putri, K. A. S., & Linggasari, F. S. (2024). Reference Group, Prsonality dan Social Class: Perannya terhadap Keputusan Belanja Produk Skincare. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 328–440.
- Putri, S. M., Yulinar, & Sembiring, R. C. (2021). Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1694–1708. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1160>
- Putri, T. H. A., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Fitur Produk, Harga, Variety Seeking, Terhadap Brand Switching (STUDI PADA MAHASISWA UNISMA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG YANG BERALIH MEREK). *JIAGABI :Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 11(1), 348–356.
- Rahmania, S., Setiawan, R., & Cupiadi, H. (2023). Pengaruh Product Attribute dan Variety Seeking terhadap Perilaku Brand Switching Kartu Internet pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Garut. *Journal of Knowledge Management*, 17(1), 33–41. <https://doi.org/10.52434/jkm.v17i1.3140>
- Rahmayanti, N. P., Karsudjono, A. J., & Hidayatullah, I. (2024). Pelatihan SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk Data Primer. *BAKTI BANUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 21–26.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Santoso, B. J., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Reference Group dan Online Costumer Review Terhadap Minat Beli di Kei Hobby Shop (Studi Kasus Komunitas Facebook Kei Hobby Shop). *KALBISIANA:Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis*, 8(4), 3835–3847.
- Saputra, M. A., Octavia, A., Roza, S., & Sriayudha, Y. (2019). Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas dan Merek: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i1.1121>
- Sari, D. P., Hidayat, W., & Widiartanto, W. (2014). Pengaruh Lifestyle, Efek Komunitas Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Brand Switching Smartphone Blackberry Ke Merek Lain. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 024, 233–241.

- Sarker, I. H., Kayes, A. S. M., & Watters, P. (2019). Effectiveness Analysis of Machine Learning Classification Models for Predicting Personalized Context-Aware Smartphone Usage. *Journal of Big Data*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40537-019-0219-y>
- Sitompul, S. S., & Irvan. (2019). Analtsis of the Effect of Brand Image, Features, and Prices on Xiaomi Smartphones Purchase Decisions at Asia Ponsel Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 310–320.
- Sonia, S., & Syafrini, D. (2025). *Menyoal Kepemilikan iPhone di Kalangan Mahasiswa Penerima KIP Kuliah Universitas Negeri Padang*. 8, 415–425.
- Sugiyono, (2010) Metode Penelitian Pendidikan, Bandung: Alfabeta CV
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suprpto, I. A. (2023). Lifestyle dan Variety Seeking Pengaruhnya terhadap Keputusan Brand Switching Pengguna Smartphone pada Iphone (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Bandung). *JBME: Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*, 21(2), 940–953.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *JIM: Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei pada Pelanggan the Kings Resto Kupang). *Transformatif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 27–45.
- Umpel, G. A., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2025). Pengaruh Fitur Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Brand Switching Pengguna Smartphone Android Ke iPhone pada Mahasiswa Fisip Unsrat. *Productivity*, 6(1), 1–9.
- Wulandari, H. I., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Pelanggan Im3 Ooredoo di Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 488–496.
- Zahari, A., & Evanita, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Kosmetik Sariayu Di Kota Padang. *EcoGen*, 1(4), 896–904.
- Zahra, I. A., & Dewi, S. S. (2021). Promosi, Ketidakpuasan Konsumen, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Merek Pixy Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–9.