

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, N. (2025). *Harga iPhone Terbaru 2025: Dari yang Murah Sampai Flagship!* Pricebook.co.id. Dapat diakses di https://www.pricebook.co.id/article/market_issue/14961/harga-iphone-terbaru.
- Achyar, M. (2018). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, Harga, dan Promosi terhadap Perpindahan Merek Asus*. (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta)
- Adisty, N. (2022). *Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia*. Goodstats.id. Dapat diakses di <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- 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). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 158–171.
- Akhiri, S., & Endrekson, R. (2021). Pengaruh Faktor Variety Seeking terhadap Perilaku Perpindahan Merek Konsumen Produk Sepatu Olah Raga Kota Prabumulih. *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*, 369–380.
- Amruddin, Muskananfola, I. L., & Febriyanti, E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Andalas, S. F. T. (2024). *209,3 Juta Orang di Indonesia Menggunakan Smartphone pada Tahun 2023*. Goodstats.id. Dapat diakses di <https://data.goodstats.id/statistic/2093-juta-orang-di-indonesia-menggunakan-smartphone-pada-tahun-2023-cbha0>

- Anggreyni, I., Hardilawati, W. L., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Variety Seeking dan Brand Ambassador terhadap Brand Switching (Studi Kasus Produk Scarlett di Kota Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 236–246.
- Anjelita, A., & Qonitah, Y. R. (2024). Analysis Of Live Streaming Communication Strategies On Tiktok Social Media To Increase Sales: A Case Study On Tiktok Facetology. *Bengkulu Internasional Conference on Economics, Mangement, Business, and Accounting (ICEMBA)*, 2, 1231–1246.
- Annur, C. M. (2022). *Apa yang Membuat Konsumen Setia Pakai iPhone? Ini Surveinya*. Katadata.co.id. Dapat diakses di <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/7361c813344ea70/apa-yang-membuat-konsumen-setia-pakai-iphone-ini-surveinya>
- Apriza, A. Y., Sulhaini, H., & Sagir, H. J. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial Ekonomi terhadap Keputusan Pembelian Barang Bekas di Pasar Karang Sukun. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 12–22.
- Ardiansyah, F., & Wardhani, N. I. K. (2023). Influence of Product Attributes and Variety Seeking on Brand Switching Behavior of Xiaomi Smartphone Users. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agliculture Management and Sharia Administration*, 3(5), 1647–1655.
- Arifyantama, R. M., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Reference Group, Variety Seeking dan Price Terhadap Perilaku Brand Switching (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Beralih Ke Merk Lain di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(5), 1009–1019.

- Asri, S. I. P., & Hendratmoko, C. (2022). Menguji Pengaruh Variety Seeking atas Dissatisfaction dan Competitor Promotion terhadap Brand Switching Konsumen Lazada. *Jurnal AKTUAL*, 20(1), 1–18.
- Athar, M., & Furkan, H. S. (2023). The Influence of Prices, Advertising Attractiveness, Celebrity Endorsers, and Dissatisfaction with Brand Switching on *Smartphone* Consumers in Mataram City. Indonesia. *Path of Science*, 9(3), 1018–1024.
- Avva Abbot. (2025). *Apple Mission Statement, Vision, Core Values, Strategy (2025 Analysis)*. Bstrategyhub.com. Dapat diakses di <https://bstrategyhub.com/apple-mission-statement-vision-core-values/>
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *Proporsi Individu yang Menguasai/Memiliki Telepon Genggam Menurut Jenis Kelamin (Persen), 2021-2023*. bps.go.id. Dapat diakses di <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIyNCMy/proporsi-individu-yang-menguasai-memiliki-telepon-genggam-menurut-jenis-kelamin.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Proporsi Individu yang Menguasai/Memiliki Telepon Genggam Menurut Kelompok Umur (Persen), 2021-2023*. bps.go.id. Dapat diakses di <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIyMiMy/proporsi-individu-yang-menguasai-memiliki-telepon-genggam-menurut-kelompok-umur.html>
- Biilman, L. G. (2023). *Pengaruh Lifestyle dan Variety Seeking terhadap Brand Switching pada Pengguna Smartphone Android yang Beralih ke Smartphone iPhone (Penelitian pada Mahasiswa Universitas Pakuan Bogor)*. (Skripsi Universitas Pakuan, Bogor)
- Biilman, L. G., Andrianto, N. M., & Irawan, A. W. (2024). Pengaruh Lifestyle dan Variety Seeking terhadap Brand Switching pada Pengguna *Smartphone*

- Android yang Beralih ke *Smartphone* iPhone (Penelitian pada Mahasiswa Universitas Pakuan Bogor). *NAMARA: Jurnal Manajemen Pratama*, 1(1).
- Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *COOPETITION Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416.
- Counterpoint. (2025). *Global Smartphone Sales Share by Operating System*. Counterpoint Research. Dapat diakses di <https://www.counterpointresearch.com/insights/global-smartphone-os-market-share/>
- Damayanti, F., & Rostiana, K. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Apple Dalam Meningkatkan Pemasaran Global. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 138–142.
- Dewantara, S., Mursito, B., & Kustiyah, E. (2018). Analisis Faktor Ketidakpuasan, Fitur Produk, Harga, dan Word Of Mouth terhadap Brand Switching pada Produk *Smartphone* Oppo. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(1), 106–116.
- Dwinanto, R. R., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung terhadap Niat Berpindah Merek di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 6129–6155.
- Eraspace. (2025). *Sejarah iPhone Apple yang Diperkenalkan Pada 2007*. Eraspace.com. Dapat diakses di <https://eraspace.com/artikel/post/sejarah-iphone-apple-yang-diperkenalkan-pada-2007>
- Eviyana Rosyidah, F., Nur Cholidah, L., & Muklis Sulaeman, M. (2024). Pengaruh Prior Experince, Variety Seeking Dan Product Knowledge Terhadap Brand Switching. *Journal of Business Innovation and Accounting Research*, 1(3).

- Faris, A., Khair, N., & Anggrainie, J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Kota Depok). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 9410–9421.
- Febriani, M., Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2017). Pengaruh Golongan Usia Pengguna dari Layanan Ride-Hailing terhadap Faktor-Faktor Penggunaan Teknologi berdasarkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *J-PTIHK*, 1(1), 2548–2964.
- Fintikasari, I., & Ardyan, E. (2018). Brand Switching Behaviour in the Generation Y: Empirical Studies on *Smartphone* Users. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1), 23–30.
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen*. Sleman: PENERBIT DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Garga, E., Maiyaki, A. A., & Sagagi, M. S. (2019). Factors Influencing Brand Switching Behaviour of Mobile Phone Users and the Mediating Effect of Customer Satisfaction: A Literature Review. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 29(1), 1–11.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Dengan Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GilPress. (2024). *How Many People Own Smartphones? (2024-2029)*. whatsthebigdata.com. Dapat diakses di <https://whatsthebigdata.com/smartphone-stats/>
- Goodstats. (2024). *TOP Brand Smartphone di Indonesia 2024*. Goodstats.id. Dapat diakses di <https://goodstats.id/infographic/top-brand-smartphone-di-indonesia-2024-gpCcw>

- Gunawan, A. (2021). *7 Fitur Unggulan iPhone yang Belum Ada di Android*. idntimes.com. Dapat diakses di <https://www.idntimes.com/tech/trend/arifgunawan/7-fitur-unggulan-iphone-yang-belum-ada-di-android>
- Gusmadara, L., & Utami, H. Y. (2015). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perilaku Perpindahan Merek pada Pengguna Sim Card Simpati PT. Telkomsel Tbk di Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education*, 2(1), 50–58.
- Hariyanti, N. T., & Ni, R. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, 5(1), 133–146.
- Harjadi, D., & Nurfatimah, S. (2021). Brand Switching Behavior from Samsung to Oppo among Millenials. *Jurnal Manajemen*, 20(1), 41–46.
- He, Z. (2024). Analysis of Apple's Marketing Strategy: Strengths, Challenges, and Future Directions. *SHS Web of Conferences*, 207, 1–8.
- Hidayat, A. N. (2023). *Survei Populix: Mayoritas Masyarakat Indonesia Membeli Smartphone Baru dalam Kurun Waktu 3 Tahun Terakhir*. Wartaekonomi. Dapat diakses di <https://wartaekonomi.co.id/read514209/survei-populix-mayoritas-masyarakat-indonesia-membeli-smartphone-baru-dalam-kurun-waktu-3-tahun->
- Hutauruk, S. M. L., Hadi, P., & Handayani, T. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Switching terhadap Penggunaan E-Wallet. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi (KORELASI)*, 2(1), 339–348.
- Indrawati, Y., & Untarini, N. (2017). Pengaruh Ketidakpuasan terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel

- Moderasi (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Yang Pernah Melakukan Perpindahan Merek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–11.
- Indriani, A. R., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan eWOM terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Samsung Galaxy Series yang Berpindah ke iPhone). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(2), 17–27.
- Irfan, A. A. F. N. (2024). *Gen Z Mendominasi Pengguna Handphone Indonesia*. Goodstats.id. Dapat diakses di <https://data.goodstats.id/statistic/gen-z-mendominasi-pengguna-handphone-indonesia-aLrSV>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing* (17th Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, G. (2019). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching) (Studi Kasus Pada Mantan Pengguna Handphone Smartfren Di Wilayah Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat)*. (Skripsi Universitas Mercu Buana, Jakarta)
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyasuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta.

- Lestari, U. P., & Putra, A. R. (2022). Brand Switching Behavior on *Smartphone* Product Purchases. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 3(2), 24–31.
- Manalu, J., & Susanti, E. D. (2024). The Influence of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity on iPhone in iBox Indonesia (Case Study of Instagram Followers @iboxindonesia). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(3), 7939–7951.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79–86.
- Mulyani, S., Murni, Y., & Putri, M. (2023). Pengaruh Lifestyle, Kelompok Referensi, Atribut Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 452–461.
- Musnaini, & Wijoyo, H. (2021). Impact of Variety Seeking, and Elektronik Word of Mouth of Cosmetic Brand Switching (Studi Pada Industri Kosmetik di Indonesia). *EKONAM: Jurnal Ekonomi*, 03(1), 23–32.
- 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 (JEBA)*, 21(01).
- Parlina, T., & Yanti, D. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen pada Pengguna iPhone di Kota Samarinda Ditinjau dari Sudut Pandang Konsumsi Monzer Kahf. *BIFEJ*, 1(2), 151–167.
- Permata, A. I. (2024). *iPhone VS Android, Mana yang Sebenarnya Lebih Baik?* Jagofon.com. Dapat diakses di <https://blog.jagofon.com/post/iphone-vs-android-mana-yang-sebenarnya-lebih-baik/>

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Pinontoan, Y. M. C. (2019). The Influence of Product Variation, Consumer Dissatisfaction, and Competitor Product Advertisement on Brand Exchanging Decision from Facial Cleanser Cleaner on Cool Supermarket Tomohon. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5753–5762.
- Pirdaus, A., Danial, R. D. M., & Ramdan, A. M. (2020). Analisis Efek Komunitas dan Electronic Word Of Mouth terhadap Brand Switching Produk Xiaomi Pocophone ke Oppo F9 di RNY Communication Kota Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 1–8.
- Populix. (2023). *Indonesian Mobile Phone Purchase Behavior*. info.populix.co. Dapat diakses di <https://info.populix.co/articles/report/mobile-phone/>
- Prasetio, M. W., Sudarto, & Rahab. (2022). Perilaku Beralih Pelanggan dalam Pembelian Produk Digital melalui Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 24(1), 59–73.
- Pulasari, G. N. D., & Sukawati, T. G. R. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan, Variety Seeking, dan Brand Image terhadap Brand Switching dari *Smartphone* Android ke iPhone. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(2), 207–215.
- Rahman, M. F., Andi, Sukmarini, V., & Palippui, I. (2024). Konstruksi Identitas Sosial Melalui Penggunaan iPhone Pada Mahasiswa Universitas Fajar. *Journals of Social, Science, and Engineering (J.SSE)*, 4(1), 95–101.
- Raturandang, V. E., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2022). The Influence of Lifestyle, Product Innovation and Viral Marketing on Purchase Decisions for MS Glow Skincare Products at Reseller 45 Market Manado. *Jurnal EMBA*, 10(2), 620–631.

- Rismaya, S. (2018). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping terhadap Impulse Buying Behavior*. (Skripsi IAIN, Surakarta).
- Rosyidah, F. E., Cholidah, L. N., & Sulaeman, M. M. (2024). Pengaruh Prior Experince, Variety Seeking Dan Product Knowledge Terhadap Brand Switching. *Journal of Business Innovation and Accounting Research*, 1(3), 187–198.
- Saskia, C., & Nistanto, R. K. (2024). *HP Android Vs iPhone, Mana yang Lebih Banyak Pemakainya?* Kompas.com. Dapat diakses di <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/22/13000097/hp-android-vs-iphone-mana-yang-lebih-banyak-pemakainya->
- Selamat, M. A., & Eddyono, F. (2024). Analysis of Millennial Generation Preferences Towards Brand Switching Decisions to *Smartphone* OPPO Brand in Jabodetabek. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science (DIJEMSS)*, 5(4), 864–877.
- Septiani, S., Sri Purwanti, R., & Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, F. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Variety Seeking terhadap Brand Switching (Suatu Studi pada Konsumen Toko Elin Kosmetik yang Berpindah dari Sariayu ke Wardah). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 67–81.
- Shvartsman, D. (2024, November). *Apple Inc.: Facts and Statistics (2024)*. Investing.com. Dapat diakses di <https://www.investing.com/>
- Sianturi, R. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains, Sosial Dan Agama*, 8(1), 386–397.
- Somantri, B., Afrianika, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *CAKRAWALA*, 3(1), 1–10.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suprpto, I. A. (2023). Lifestyle dan Variety Seeking Pengaruhnya terhadap Keputusan Brand Switching Pengguna *Smartphone* Samsung pada iPhone (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi (JBME)*, 21(2), 940–953.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 161–166.
- Taufik, E. R. (2023). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Media Edukasi Indonesia.
- At-Thariq, M., Athar, H. S., & Furkan, L. M. (2023). The Influence of Prices, Advertising Attractiveness, Celebrity Endorsers, and Dissatisfaction with Brand Switching on Smartphone Consumers in Mataram City, Indonesia. *Path of Science*, 9(2-3), 1018-1024.
- Thaniedsa, S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Brand Switching dengan Variety Seeking sebagai Moderasi: (Studi Kasus Brand Switching Pengguna Smartphone Samsung ke Smartphone Lain di DKI Jakarta)*. (Skripsi IAIN Syarif Hidayatullah, Jakarta).
- Viorentina, D., & Santoso, S. (2023). Influence of Brand Image, Product Quality, and Lifestyle on *Smartphone* Purchase Decision in Indonesia. *Expert Journal of Marketing*, 11(1), 25–33.
- Wardhaniika, N. I. K., & Hendrati, I. M. (2021). Perpindahan Merek Akibat Ketidakpuasan Konsumen dalam Pemilihan Produk *Smartphone*. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 21–30.

- Wulandari, H. I., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pelanggan Im3 Ooredoo Di Fisip Undip). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 488–496.
- Yani, T. E., Budiati, Y., Nusair, A. E., & Santoso, A. (2022). Impact of Service Quality, Customer Dissatisfaction and Variety-Seeking on Brand Switching Intention. *RELEVANCE: Journal of Management and Bussines*, 5(2), 99–116.
- Yonatan, A. (2024). *10 Smartphone Paling Laku di 2024, iPhone Nomor Satu!* Goodstats.id. Dapat diakses di <https://goodstats.id/article/10-smartphone-paling-laku-di-2024-iphone-nomor-satu-3LNMW>
- Yulindasari, C. (2022). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek (Studi pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Karesidenan Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4 (SIMBA)*, 4.