DAFTAR PUSTAKA

Abdul, B., Bambang, S., & Joes, D. (2020). Pengaruh tingkat pendidikan dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 12–20.

Acep, S. (2017). *Peranan kredibilitas seseorang dalam efektivitas pesan komunikasi*. Bandung: Alfabeta.

Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., ... & Wijoyo, E. B. (2023). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori dan praktik*. Jakarta: Get Press Indonesia.

Aditya, Y. P., dkk. (2020). *Analisis variety seeking, atribut produk dan price terhadap brand switching dari taksi konvensional ke online.* Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin.

Aini, N. N., Aliami, S., & Paramitha, D. A. (2025). Pengaruh buzz marketing, online customer review, dan online customer rating terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee (Mamna Hijab*). Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis,* 4, 897–905.

Anjeliyani, A., Fatimah, F., & Casmat, M. (2024). Pemodelan regresi linear untuk memprediksi nilai penjualan di PT Goodiebag Custom Indonesia tanpa mempertimbangkan uji asumsi. DESANTA *(Indonesian of Interdisciplinary Journal)*, 5(1), 1–13.

ANJANI, R., Iranita, I., & Ilham, E. (2025). *Pengaruh brand image dan green marketing terhadap purchase intention air minum dalam kemasan Le Minerale pada generasi Z Kota Tanjungpinang* (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).

Arbeni, W., Windiani, A., Sihotang, D. S. B., Anggraini, N., Wulandari, S., & Nugroho, A. (2025). Test reliability analysis in educational evaluation: A

quantitative approach to consistency and validity. *Holistic Science,* 5(1), 59–64.

Arianto. (n.d.). *Perilaku perpindahan merek (brand switching) konsumen*.

Arsi, A. (2021). *Langkah-langkah uji validitas dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS.*

Firmansyah, M. A. (2019*). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy).* Yogyakarta: Deepublish.

Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian kuantitatif: Uji reliabilitas. EDU SOCIETY*: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1812–1820.

Govani. (n.d.). *Perpindahan merek dan pola pembelian konsumen*.

Greenwood, L. (dalam Sukma Wardani & Santosa, 2020). Peran brand ambassador dalam komunikasi pemasaran.

Hildawati, H., Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Isnaini, S., ... & Saktisyahputra, S. (2024). *Buku ajar metodologi penelitian kuantitatif & aplikasi pengolahan analisa data statistik*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Hovland (dalam Acep Sutrisna, 2017). Peranan kredibilitas dalam komunikasi persuasif.

Indrawati. (2012). *Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.*

Inayah, N., Susanti, N. I., & Salistiani, A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan berpindah merek pada konsumen pembalut wanita Lorela di Pondok Pesantren Putri Darussalam Blokagung Banyuwangi. *SIFEBRI'S,* 1(1), 187–195.

Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis*, 53(9), 1689–1699.

Juansa, A., Maulana, A. W., Lubis, M. M., Wijaya, A. A., Minarsi, A., Sugama, D., ... & Murwanti, R. (2025). *Ketahanan pangan: Swasembada pangan dan implikasinya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia*. PT Star Digital Publishing.

Karimah, S. A. (2025). *Brand love dan experience untuk mengakselerasi loyalty melalui attachment theory pada social commerce di konsumen generasi Y dan Z* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Karnawati. (2010). *Persepsi harga dan keputusan pembelian konsumen*.

Kotler, P. (2001). *Marketing management*. Prentice Hall.

Kotler, P. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.

Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., & Klar, J. (1988). Sample size requirements for studies estimating odds ratios or relative risks. *Statistics in Medicine*, 7(7), 759–764.

MALIHAH, F. (2022). *Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat investasi syariah melalui aplikasi Ajaib* (Studi kasus: Generasi Z Daerah Istimewa Yogyakarta).

Mamuaya, N. C., Wahyudi, M. P., Syah, N., Arifin, M. Z., ... & Asmalinda Sy, S. K. M. (2025). *Metode penelitian kuantitatif*. Azzia Karya Bersama.

Mardhiyah, M., Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Populasi dan sampel dalam penelitian pendidikan: Memahami perbedaan, implikasi, dan strategi pemilihan yang tepat. Katalis Pendidikan: *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Matematika*, 2(2), 208–218.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer behavior*. Prentice Hall.

Mulyono Santoso, W. (2016). *Media sosial dan kekuasaan selebriti dalam komunikasi pemasaran.*

Novitasari, P., Ferani, L. A., & Rosyada, M. (2025). Analisis persepsi mahasiswa UIN Gus Dur Pekalongan tentang faktor harga, merek, dan psikologis dalam keputusan pembelian motor Honda. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 23(1), 34–44.

Nugraha, B. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior and marketing strategy*. McGraw-Hill.

Priranto, W. (2014). Dampak ketidakpuasan konsumen pada terbentuknya perilaku perpindahan merek (brand switching). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 12–15.

PUTRI, N., & VIONITA, M. A. (2025). *Pengaruh idol K-Pop sebagai brand ambassador, iklan, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk oleh generasi Z pada marketplace Tokopedia* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

Putri, D. S. (2025). Pengaruh pemasaran berkelanjutan, kesadaran lingkungan, dan social influence terhadap green purchase intention (studi kasus pada konsumen Kongsi). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 12(2), 19–27.

Putri, J. E. (2024). Pengujian validitas konstruk dan reliabilitas skala kecerdasan emosional pada dewasa awal. *EDU RESEARCH*, 5(1), 193–201.

Rahmadanti, M., Tigor, R. H., & Mulyani, H. T. S. (2024). Analisis pengaruh kualitas teller dan fasilitas e-channel terhadap kepuasan nasabah Bank BNI KC Pangkalpinang (Studi kasus BNI KC Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 11(1), 15–23.

Rajkumar. (n.d.). *Analisis perpindahan merek berdasarkan perubahan teknologi produk.*

Rohmah, S. N. (2025). *Pengaruh fanatisme, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam membeli merchandise* (Studi terhadap Muslim penggemar Neo Culture Technology) [Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia].

Royan, F. (2004). *Marketing selebriti: Strategi efektif menarik minat konsumen.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Ruslan, D., Dachi, I., Theresia, L., & Azmi, N. (2025). Persaingan pasar air mineral Indonesia: Kajian diferensiasi produk dan penetapan harga AQUA, Le Minerale, dan Cleo. J-CEKI: *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 809–820.

Rusli, T. S., Kemala, R., & Nazmi, R. (2024). Pendidikan karakter *Gen-Z: Tips dan trik mendidik karakter Gen-Z bagi pendidik*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Sagia, M., & Situmorang, J. (2018). Brand ambassador sebagai strategi pemasaran produk. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 5(2), 77–85.

Sampeupa, B. (2021). *Pengaruh independensi, pengalaman kerja, dan etika profesi terhadap kualitas audit pada kantor akuntan publik di Jakarta Pusat* [Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].

Saputra, A., & Samsuddin, M. A. (2025). Pengaruh tingkat kemiskinan dan harapan lama sekolah terhadap PDRB di Provinsi Bengkulu. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(3), 91–96.

Setyaningrum, D., Peter, J. P., & Olson, J. C. (n.d.). *Brand switching dan perilaku konsumen dalam pasar kompetitif.*

Shimp, T. A. (2010*). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (8th ed.). South-Western Cengage Learning.

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis.* Penerbit Andi.

Soekarso, & Iskandar. (2015). *Kepemimpinan dan kekuasaan dalam organisasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.

Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert untuk penelitian pariwisata: Beberapa catatan untuk menyusunnya dengan baik. *Jurnal Kepariwisataan*, 19(1), 29–40.

Susanti, I. S. I. (2022). Penerapan metode analisis regresi linear berganda untuk mengatasi masalah multikolinearitas pada kasus indeks pembangunan manusia (IPM) di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Gamma-PI*, 4(2), 10–17.

Susilowati, T., Fitriani, W. Y., Priyono, A., Budyartati, S., & Seituni, S. (2022). Eksplorasi mandiri: Pengembangan alat penilaian inovatif bagi siswa sekolah dasar. Arisen: *Assessment and Research on Education*, 4(1), 34–47.

Sukma Wardani, D., & Santosa, H. (2020). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(1), 45–55.

Sutama, D., & Lisa, E. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. JSMA *(Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(1), 21–39.

Sutisna. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suyanto, M. (2007). *Strategi periklanan pada era multimedia*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Waruwu, M., Puat, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan,* 10(1), 917–932.

Widhayanti, N. (2017). Pengaruh brand ambassador terhadap brand image dan keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 55–67.

Wigunawati, E., Deliviana, E. E., Lase, F. J., & Jovani, A. (2022). Penyusunan skala penyesuaian diri perempuan pekerja (SPDPP). *Jurnal Inada*, 5(1), 1–15.

Zayrin, A. A., Nupus, H., Maizia, K. K., Marsela, S., Hidayatullah, R., & Harmonedi, H. (2025). Analisis instrumen penelitian pendidikan (uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian). QOSIM: *Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora,* 3(2), 780–789.

Zila, E. (2024). *Pengaruh brand ambassador, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik Wardah di Kecamatan Kuok* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].