

DAFTAR PUSTAKA

- Afiati, L., Liesta Verawati, & Muhamad Syaeful Anwar. (2024). Faktor Penentu Loyalitas Merek Pada Kopi Pandawa Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1007–1022. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1121>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfianand, M., & Saputro, E. P. (2024). The influence of brand experience, brand trust and brand image on brand loyalty in Apple Iphone users. *Mantik Journal*, 7(4), 2685–4236.
- Amruddin. (2022). Paradigma Penelitian Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Pradina Pustaka.
- Andalas, S. F. T. (2024). 209,3 Juta Orang di Indonesia Menggunakan Smartphone pada Tahun 2023. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/2093-juta-orang-di-indonesia-menggunakan-smartphone-pada-tahun-2023-cbha0>
- Anggraeni, H., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Toko Trend Hijab Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 8–13. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.570>
- Ardiawan, K. N. (2022). Pengolahan Data. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arfis, A. H., Fadli, R., Ferian, R. O., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Naturalzy.Id Dengan Metode SWOT. *Jurnal Manajemen Modern*, 6(1), 20–27. <https://journalpedia.com/1/index.php/ime>
- Ariantini, N. S. (2022). BAB 4 Teori dan Kajian Pustaka. In *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Pradina Pustaka.
- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., Anggraini, N., Suherman, Suryanti, & Devi, W. S. G. R. (2021). *STRATEGI PEMASARAN UMKM DI MASA PANDEMI*. Insan Cendikia Mandiri.
- Aslindar, D. A. (2022). Menyusun Kuesioner. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Pradina Pustaka.
- Azzahra, M. D., Hidayat, A. M., & Pradana, M. (2023). The Use of Loyalty Card Promotion: Analyzing Customer Loyalty and Satisfaction of Card Holders. *WSEAS Transactions on Computer Research*, 11, 509–517. <https://doi.org/10.37394/232018.2023.11.46>
- Bestari, N. P. (2022). *Smartphone Layar Lipat Lagi Hits, Bagaimana Masa Depan?* CNBC Indonesia.

- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220217131139-37-316163/smartphone-layar-lipat-lagi-hits-bagaimana-masa-depannya>
- Cahyani, K. S. D., Muljani, N., & Lukito, R. S. H. (2022). Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen: JUMMA*, 11(1), 78–89. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3884>
- Celyn, J., & Hasan, G. (2023). Pengaruh Brand Experience, Perceived Value, Brand Personality, Brand Image, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Brand Handphone di Kota Batam. *Journal of Management & Business*, Volume 6(Issue 1), 168–177. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3830>
- CNBC, I. (2024). *Samsung Mau Bikin HP Lipat Tiga Mirip Huawei, Cek Bocoran Jadwalnya*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20241024160812-37-582799/samsung-mau-bikin-hp-lipat-tiga-mirip-huawei-cek-bocoran-jadwalnya>
- CNNIndonesia. (2024). *Siapa Jawara Ponsel Lipat di Dunia?* CNN Indonesia.
- Damayanti, F., & Rostiana, K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Apple Dalam Meningkatkan Pemasaran Global. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 3(1), 138–142. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3271>
- Databoks. (2024). *10 Smartphone Terlaris Global Awal 2024, iPhone Mendominasi*. Databoks.Katadata.
- Dewi, E. T. K., Agoestanto, A., & Sunarmi. (2016). Metode Least Trimmed Square (Lts) Dan Mm-Estimation Untuk Mengestimasi Parameter Regresi Ketika Terdapat Outlier. *Journal of Mathematics*, 5(1), 47–54. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm/article/view/13104>
- Edyansyah, T., & Ahyar, J. (2021). Pengaruh Faktor Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 10(2338–2864), 69–78.
- Fadilla, Z. (2022). Langkah Langkah Pokok Dalam Penelitian. In N. Saputra (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Fatikhyaid, M., Rachma, N., & Hufron, M. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Riset Manajemen*, 82–94. www.fe.unisma.ac.id
- Faza, F. F. (2024). *Pengaruh Advertising Attractiveness, Influencer Marketing, dan Review Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*. Telkom University.
- Febrianti, P. (2022). *PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN*

TERHADAP NIAT BELI ONLINE DIMEDIASI OLEH SIKAP KONSUMEN SHOPEE DI KOTA MAKASSAR. Universitas Telkom.

- Fiore, F., & Djakasaputra, A. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND LOYALTY PADA PENGGUNA IPHONE DI JABODETABEK. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 06(02), 343–352.
- Ghafur, N., & Hendayani, R. (2020). the Effect of Place Emotion, Perceived Behaviour Control, Subjective Norm, on Behaviour Intention With Mediating Attitude on Consumers Linkaja in Telkom University. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 460–468. www.cnnindonesia.com
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Enderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edi). Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Third). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Harmen, H., Majeovan Surbakti, O., Ramadhan, R., Gerald, J., Rakel Junaedi, M., Siregar, D., & Fadlan Reynaldi, F. (2024). Analisis Teknologi Komunikasi Terhadap Bisnis Modern Pada Perusahaan Apple Inc: Meninjau Dampak Teknologi Modern Terkini Pada Operasi Bisnis di Perusahaan Apple Inc. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1067–1073.
- Hokky, L. A., & Bernarto, I. (2020). The Role of Brand Trust and Brand Image on Brand Loyalty on Apple Iphone Smartphone Users in DKI Jakarta. *Enrichment : Journal of Management*, 12(1), 474–482.
- Huang, D. Z. (2021). Analysis of the Impact of Foldable Mobile Phones Design on People's Lives. *Proceedings of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021)*, 586(Icprss), 1155–1160. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.322>
- Huawei, C. (2024). *Huawei Mate XT Ultimate Design: Specifications, Features, and Price*. Huawei Central. <https://www.huaweicentral.com/huawei-mate-xt-ultimate-design-specifications-features-and-price/>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). PROSES PENELITIAN KUANTITATIF, MASALAH, VARIABEL, DAN PARADIGMA PENELITIAN. In *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Indonesia, A. P. J. I. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Indrawati, & Rizqullah, M. R. (2022). the Influence of Viral Marketing Through Tiktok on Consumers' Attitude At Shopee. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(1), 66. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i1.6369>

Insights, S. D. M. (2024). *Number of smartphone users in Indonesia from 2019 to 2029 (in millions)*. Statista. <https://www.statista.com/forecasts/266729/smartphone-users-in-indonesia>

Johari, C., & Keni, K. (2022). Pengaruh Product Quality, Attitude of Customers Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pada Umkm Produk Kue. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 340–351. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.21215>

Judijanto, L., & Wattiheluw, S. Y. (2024). Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Konteks Loyalitas Merek. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 2(02), 77–82. <https://doi.org/10.58812/jpkws.v2i02.1310>

Jung, N. Y., Kim, S., & Kim, S. (2014). Influence of consumer attitude toward online brand community on revisit intention and brand trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 581–589. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.04.002>

Karimuddin. (2022). Penelitian Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Brand Experience, Affective Commitment, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Cafe Ngopi Jo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 644–655. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49963>

Khawaja, L., Ali, A. A., & Mostapha, N. (2021). The mediating effect of customer satisfaction in relationship with service quality, corporate social responsibility, perceived quality and brand loyalty. *Management Science Letters*, 11, 763–772. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.10.030>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). PT Indeks.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.

Krismajayanti, N. P. A., & Darma, G. S. (2021). Eksplorasi Loyalitas Millennial Terhadap Brand Apple. Prestige or Needs? *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(3), 32–44. <https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.8051>

Kwan Soo Shin, S., Amenuvor, F. E., Basilisco, R., & Owusu-Antwi, K. (2019).

Brand Trust and Brand Loyalty: A Moderation and Mediation Perspective. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 38(4), 1–17. <https://doi.org/10.9734/cjast/2019/v38i430376>

Mangruwa, R. D. (2024). How is Indonesia's 5G Telecommunication Industry? Case Study of Promotion on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *2024 International Conference on Data Science and Its Applications (ICoDSA)*, X, 162–167. <https://doi.org/10.1109/icodsa62899.2024.10651832>

Martin, M., & Nasib, N. (2021). The Effort to Increase Loyalty through Brand Image, Brand Trust, and Satisfaction as Intervening Variables. *Society*, 9(1), 277–288. <https://doi.org/10.33019/society.v9i1.303>

Masita. (2022). Populasi dan Sampel Penelitian. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Masud, A. Al, Ahmed, S., Kaisar, M. T., Hossain, B., Shimu, M., & Islam, M. F. (2024). Unveiling brand loyalty in emerging markets: Analyzing smartphone user preferences: Robustness of structural equation modeling (SEM) and simultaneous equation modeling (SEMs). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100353. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100353>

Megantara, R. D. A., & Suyanto, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Produk iPhone di Kota-kota Besar di Indonesia) The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty (Case Study on iPhone Pro. *E-Proceeding of Management*, 10(5), 3393.

Natanael, S. (2019). Pengaruh Service Quality, Brand Image Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 39–46. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i3.4975>

Nathasayana, V., & Slamet, F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Loyalty pada Restoran Fast Food di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 780–789. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25447>

Nego Situmorang, A., Dwi Putra, F., Geogan Simanjuntak, J., & Poningsih. (2022). Memprediksi Tingkat Penjualan Smartphone Apple di Indonesia Dengan Menggunakan Metode Backpropagation. *BRAHMANA: Jurnal Penerapan Kecerdasan Buatan*, 4(1), 29–39.

Ningsih, K. P. (2022). Penentuan Populasi dan Sampel Data. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Pradina Pustaka.

Nissi, Y. El, & Budiono, H. (2019). Kepercayaan Merek Sebagai Mediator Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 629. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5375>

Parlina, T., & Yanti, D. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku

- Konsumen Pada Pengguna Iphone Di Kota Samarinda Ditinjau Dari Sudut Pandang Konsumsi Monzer Kahf. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 1(2), 151–168. <https://doi.org/10.21093/bifej.v1i2.4157>
- Pelupessy, M. M., Tahaparry, G. H., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Pattimura, U. (2022). Pengaruh Identitas Merek , Persepsi Kualitas Produk dan Brand. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 6(2), 11317–11324. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/4235/3541>
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Faarhat, & Albani, F. R. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia* , 2(1), 65–71. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rachmatiko, R., & Suliyanto, R. (2018). ANALISIS PENGARUH SIKAP, KEPUASAN, KEPERCAYAAN, NILAI, DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN HUBUNGAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN VARIABEL MODERASI (Studi pada Masyarakat Purbalingga). *Performance*, 25(1), 36–50.
- Rahadi, D. R. (2023). *PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODEL(PLS-SEM)*. Lentera Ilmu Madani.
- Rahayu, G., & Awaluddin, S. P. (2024). Analisis Strategi Pemasaran I Phone Inter dan I Phone Resmi di Kota Surabaya. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(2), 56–65. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.384>
- Rasyid, F. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF Teori, Metode, Dan Praktek*. IAIN Kediri Press.
- Reasense. (2024). *Survei: Samsung Dominasi Merek Smartphone Lipat Impian Generasi Milenial*. Seqara Communications. <https://seqara.id/survei-samsung-dominasi-merek-smartphone-lipat-impian-generasi-milenial/>
- Reza, C. F., Bagus, I., Udayana, N., & Ningrum, N. K. (2024). Pengaruh brand image terhadap brand loyalty dengan satisfaction dan brand trust sebagai variabel mediasi (studi kasus pada smartphone merek xiaomi di yogyakarta). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 503–511. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25496>
- Rusmayani, N. G. A. L. (2022). Variabel dan Hipotesis Penelitian Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Pradina Pustaka.
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. ., & Fanggidae, R. P. . (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi. *Journal Of Management*, 11(1), 49–64.
- Samsung Newsroom Indonesia. (2024). *Evolusi Galaxy Z Fold Series yang Semakin Tipis, Kokoh, dan Ringkas*. Samsung Indonesia.

<https://news.samsung.com/id/evolusi-galaxy-z-fold-series-yang-semakin-tipis-kokoh-dan-ringkas>

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research, November*, 587–632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. Saba Jaya Publisher.
- Septiani, L. (2024). *Apple Buat Pabrik di Vietnam, Ini Komparasi Jumlah Pengguna dengan RI*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/gadget/6620b714e68d7/apple-buat-pabrik-di-vietnam-ini-komparasi-jumlah-pengguna-dengan-ri>
- Setyowati, D. (2024). *HP Lipat Tiga Huawei Kebanjiran Hampir 3 Juta Pesanan Jelang Kehadiran iPhone 16*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/gadget/66deb398563b4/hp-lipat-tiga-huawei-kebanjiran-hampir-3-juta-pesanan-jelang-kehadiran-iphone-16>
- Shahara Kennedy, E., & Lady. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Loyalty melalui Brand Trust pada Pengguna Brand Lokal. *Media Bina Ilmiah*, 17(9), 2225–2240.
- Situmeang, I. V. O. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY (Survey Pada Followers Instagram @iphone_indonesia_official). *Jurnal HUMANIORA*, 5(3), 128–137.
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE (STUDI PADA MAHASISWA UNSRAT DI MANADO). *Jurnal EMBA*, 8(1), 511–520. <https://doi.org/10.3390/su14074075>
- StatCounter. (2024). *Market share of leading mobile vendors in Indonesia as of September 2024*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/937100/indonesia-market-share-of-leading-mobile-brands/>
- Statista. (2024). *Share of Apple in the mobile phone market in Indonesia from 2013 to October 2024*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1258390/indonesia-apple-share-in-mobile-phone-market/>
- Syafrianita, N., Muhammad, A., & Firah, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40.

- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Taqwin, N. (2022). Instrumen Pengumpulan Data. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- TrendForce. (2024). *Market share of leading foldable smartphone vendors worldwide in 2024*. TrendForce. <https://www.statista.com/statistics/1422949/top-foldable-vendors-market-share-worldwide/>
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT). *Emba*, 10(1), 1004–1013.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). *MUDAH CEPAT TEPAT DALAM APLIKASI STRUCTURAL EQUATION MODELING (Edisi Revisi)* (N. A. Rahma (ed.)). Literasi Nusantara Abadi.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024). *Service Quality & e-Service Quality in The Digital Edge Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2025). *Social Media Marketing Strategy*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A., & Pradana, M. (2023). Service quality and brand reputation as antecedents of brand choice: The case of ride-hailing applications in Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i3.1033>
- Wuisan, D. (2023). PENGARUH SERVICE QUALITY , PERCEIVED VALUE , CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP POST-PURCHASE INTENTION PADA APPLE DI INDONESIA. *Indonesian Marketing Journal*, 3(1), 50–66.
- Wulandari, S. (2022). Dasar - Dasar Statistik dalam Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Pradina Pustaka.
- Yasin, M., Garancang, S., & Hamzah, A. A. (2024). Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, 2(3), 161–173.
- Yesitadewi, V. I., & Widodo, T. (2024). The Influence of Service Quality, Perceived Value, and Trust on Customer Loyalty via Customer Satisfaction in

Deliverer Indonesia. *Quality - Access to Success*, 25(198), 418–424.
<https://doi.org/10.47750/QAS/25.198.44>

Zhang, S., Peng, M. Y. P., Peng, Y., Zhang, Y., Ren, G., & Chen, C. C. (2020). Expressive Brand Relationship, Brand Love, and Brand Loyalty for Tablet PCs: Building a Sustainable Brand. *Frontiers in Psychology*, 11(March), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00231>