

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., Evanita, S., & Sofya, R. (2018). Pengaruh *Endorser*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek (*Brand Switching*) Bedak Padat Maybelline Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 785. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5682>
- Aria Satriawan, K. dan G. I. G. A. K. (2017). Peran Respon Emosi Dalam Memediasi Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek. *Forum Manajemen*, 15, 56–70.
- 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.
- Burch dan Grudnitski dalam (Fauzi, 2017:19-21). (2019). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dama, D. (2016). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 503–514.
- Devi, S., & Sugiharto, S. (2017). Pengaruh *product quality* dan *retail service quality* terhadap *repurchase intention* dengan *customer familiarity* sebagai variabel intervening pada Store Zara di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 8.
- Dewiva, R., Thabrani, G., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2015). *Pengaruh Harga Dan Perceived Quality Terhadap*. 4, 61–72.
- Fandi. (2013). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Faustine, M. (2015). *The Impact of Variety Seeking, Social Status, Quality and Advertisement Towards Brand Switching in Smartphone Product (A Case Study of BlackBerry User That Has Ever Changed Into Another Smartphone Product in Surabaya)*. *IBuss Management*, 3(2), 142–153.
- Febrina, M., Sampurno, & Djoharsjah. (2017). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan *Brand Switching* dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 19(3), 299–313.
- Gultom, W. S. T., Yuliati, L. N., & Djohar, S. (2016). Pengaruh *Service Quality*, *Product Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Kayu Perhutani. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(2), 109–121. <https://doi.org/10.17358/jma.13.2.109>
- Hanifati, L. N., & Salehudin, I. (2022). *The Effect of Perceived Product Quality, Brand Personality, and Loyalty on Brand Switching Intention of Technological Products*. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4001110>

- Hidayat, A., Soesanto, H., & Mahfudz, M. (2018). *The Effects of Product Quality, Service Quality and Attributes Related To Service As Brand Switching Anticipation and Their Implication on Customers' Satisfaction. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(3), 203. <https://doi.org/10.14710/jspi.v16i3.203-220>
- Merek, P., & Soestyo, Y. (2014). *Yusuf Zainudin dan Yoyok Soestyo; Pengaruh Kualitas Produk 2.*
- Nurdin, I. R. (n.d.). *Kualitas Layanan , Dan Rendahnya Perceived Quality Terhadap Switching Intention Dengan Mediasi Ketidakpuasan Nasabah Studi pada PT . Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Unit Kredit Kecil Rembang.*
- Nursafitri, & Zuliarni, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, *Customer Dissatisfaction*, Dan *Variety Seeking* Konsumen Kosmetik Wardah Terhadap Perilaku Brand Switching. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif*, 7(2), 324–328.
- Oktafianus, M., Susanti, N., EMAK, M. N.-J., & 2021, U. (2020). The Effect Of Competitor Advertising And Product Quality On Brand Switching Of Smartphone Users On Borju Cell Counter, Kaur District. *Penerbitadm.Com*, 96–110. <https://penerbitadm.com/index.php/JURNALEMAK/article/view/49>
- Oliver, J. (2013). Teori Pemasaran Kotler Keller. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ranto, P., & Dwi, W. (2014). Dampak Ketidakpuasan Konsumen Pada Terbentuknya Perilaku Berpindah Merek (Brand Switching). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 1–8. <http://jurnal.stibsa.ac.id/index.php/jbma/article/view/23>
- Retnaningsih, W. (2010). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.30996/die.v6i2.131>
- Rosi, J., Farida, N., & Budiatmo, A. (2002). Sebagai Variabel Moderatingnya (Studi pada mantan pengguna kartu Prabayar IM3 di lingkungan mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro) Pendahuluan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1997, 1–10.
- Rossiana, L. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Safitri, A., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Dissatisfaction , Variety Seeking , Electronic Word of Mouth , dan Religiosity terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(1), 26–35.
- Sari, D., 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 S1 Undip*, 3(4), 233–241.

- Suharseno, T., Hidayat, R., & Dewi, D. A. L. (2013). Kategori Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 18(2), 176–182.
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). 7 BAB II Tinjauan Pustaka A. Landasan Teori. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253. <https://perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id>
- Surya Novianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Brand Switching Pada Pakan Ayam Petelur Charoen Pokhpand 124P Ke Kiks 36 Spr Japfa Comfeed (Studi Pada Pelanggan Ud. Surya Farm Dan Pt. Sumber Kelapa Rissa Mandiri Di Magetan). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–7.
- Susila, B., Sumarwan, U., & Kirbrandoko, K. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Brand Switching Behavior Minuman Teh dalam Kemasan. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 7(3), 193–201. <https://doi.org/10.24156/jikk.2014.7.3.193>
- Thesis, U., Cahyono, A. D. I., Of, F., & Science, A. (2014). *Never explained about you to anyone , because anyone who like you do not need it , and who hate you do not believe it .*
- Wibawanto. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Nasi Uduk Kebon Kacang Hj. Ellya Ha: *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Widianti, M., & Trinanda, O. (2019). Pengaruh Customer Dissatisfaction dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Brand Switching pada California Fried Chicken (CFC) ke Fast Food Merek Lain (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Padang). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 127–137.
- Widyaningrum, H. W., Farida, N., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Product Quality dan Service Quality terhadap Brand Switching Melalui Customer Value (Studi pada Mantan Pelanggan Indihome di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 281–289. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34660>
- Widiasari, S., Gupta, R. K., Khan, D., Banerjee, S., Putra, Y. S., Saras Miranda Putri, Y. dan R. C. S. C. S., Bak, N., Kim, D., Mendel, J. R., Baig, S. A., Hall, M. G., Jeong, M., Justin Byron, M., Morgan, J. C., Noar, S. M., Ribisl, K. M., Brewer, N. T., Harjadi, D., Nurfatimah, S., ... Indriastuti, H. (2021). Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z. *Trikonomika*, 20(1), 299–307. https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00005871_112410.pdf%0Ahttps://jurnal.unpas.ac.id/index.php/trikonmika/article/view/3853
- Willianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab li Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.