

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, No 1, Januari 2018.
- Anggraeni, R., Evanita, S., Sofya, R (2018). “Pengaruh Endorser, Harga Dan Kualiatas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Bedak Padat Maybelline Di Kota Padang“ *EcoGen*, No 4, 5 Desember 2018
- Anggreyni, I., et al (2023). “Pengaruh Brand Image, Variety Seeking Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Switching (Studi Kasus Produk Scarlett Di Kota Pekanbaru)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka*, No1(2), Maret 2023.
- Anyanwu, I. B., & Ezeaku, M. N. (2022). “Assessment of Food Quality, Perceived Value, and Brand Image as Determinants of Brand Switching among Diners in Food Service Establishments in Umuahia Metropolis, Abia State, Nigeria”. *International Journal of Home Economics, Hospitality and Allied Research*, No 1, July 31 2022
- Armazura, D. F., Evanita, S., & Tasman, A. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap BrandSwitching Laptop Merek Axioo pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang”. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, No 1, 2019.
- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F., (2020). “Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk,Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar”. *Management Development and Applied Research Journal*, No 1, Desember 2020
- Atifah, M & Rahmidani, R. (2022) “Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap *Brand Switching* Produk *Smartphone* Samsung ke Merek Lain”. *EcoGen*, No. 1, 2022. (Hal 123-135).

- Budiara, M., & Basyir, M. (2021). "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Citra Merk Dan Harga Terhadap Pengalihan Merk Handphone Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Syiah Kuala Banda Aceh". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, No 1(6), Februari 2021 . (Hal 25-47).
- Budiyanto, E. (2018) "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya". *Global*. No. 01.
- Darmawan, I. P. A, *et. al.* (2023). *Metode Penelitian Pendidikan Praktis*. Bandung. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Efendi, Y. F. (2018). "The Effect Of Product Quality, Brand Image, And Switching Behavior Towards Consumer Purchase Decision In Buying Pesticide Products" Study on PT. Petrokimia Kayaku Gresik-Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1)
- Faddilah, G.P., *et al.* (2023). "Analisis Brand Switching Dari Bedak Tabur Muka Sariayu Ke Bedak Tabur Muka Merek Lain (Studi Kasus Pada Wanita Di Kota Bandung)". *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, No 1(3), 2023
- Fatimah, A. A., & Soedarmadi. (2020). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian" *Majalah Ilmiah Solusi*, No 1, Januari 2020.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan". *E-Jurnal Manajemen*, No 11, 2019 (Hal 6741-6761)
- Firdaus, & Budiman. (2021). "The Impact of Brand Image, Price, and Variety Seeking on Brand Switching Behavior". *Journal of Advanced Multidisciplinary Research*, No 2. 2021 pp. 78-79

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Qiara Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ginantra, K. G., et al (2018). “Effects of Promotion, Product Quality, Brand Image and Price on Customer Satisfaction and Brand Switching Decision” *International Journal of Management and Economics Invention*. No 12, December 2017, Pp. 1514-1523.
- Hair, et al, 2014, *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson
- Irviandra, R.D., Trinanda, O. (2020). “*The Influence of Consumer Dissatisfaction, Product Quality, and Competitor Advertisement toward Brand Switching*”. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, No 1(2), 2020.
- Kanuk, Schiffman. (2011). Faktor-faktor pembentuk citra merek. Jakarta : PT. Indeks
- Mardhatillah, T.A., Soleh, A., & Noviantoro, R. (2020). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dalam Pembelian Produk Smartphone (Studi pada Pelanggan Duta Ponsel Bengkulu)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, No 1(22), Januari 2020.
- Meidea, Z.A.I., et al (2024) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Brand Switching Melalui Ketidakpuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Brand Switching Laptop Merek Asus Ke Merek Lain Di Kota Semarang)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, No 1(13), 2024.
- Meutia, R. (2017). “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Perpindahan Merek”. *Jurnal Manajemen Keuangan*, No. 2, November 2017.
- Nugraha, M. I., et al. (2022). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Pengalaman Pelanggan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek Honda Pcx

Ke Yamaha Nmax Di Kota Mataram”. *UNRAM Management Review*, No 4, Desember 2022.

Oktafianus, M., et al (2021). “Pengaruh Iklan Pesaing Dan Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Pengguna Smartphone Pada Konter Borju Cell Kabupaten Kaur”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan : EMAK*, No 1(2), Januari 2021. (Hal 96-110)

Pertiwi, A.B., et al (2022). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)”. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, No 6(3), Juli 2022.

Peter, J. Paul & Olson, Jerry. C (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9<sup>th</sup> Edition. United States. McGraw-Hill Companies, Inc

Putri, T.H.A., Saroh, S., & Hardati, R.N. (2022). “Analisis Pengaruh Fitur Produk, Harga, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Studi Pada Mahasiswa Unisma Pengguna Smartphone Samsung Yang Beralih Merek)”. *JIAGABI Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, No 1(11), Januari 2022. (Hal 348-356).

Riadi, Muchlisin. (2020). Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan). Diakses pada 1/23/2024, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>

Riadi, Muchlisin. (2021). Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran. Diakses pada 1/23/2024, dari <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>

Rohmanuddin, & Suprayogo, H. A. (2022). “Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Di Masa Pandemi Covid 19”. *Jurnal Bina Manajemen*, No 2, Maret 2022, (Hal 78–89).

- Ruslan, N.S., & Hartini (2023). “Pengaruh Persepsi Harga, Atribut Produk, dan Word of Mouth Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa”. *Journal of Nusantara Economic Science*, No 4(1), Desember 2023
- Saeed, M., & Azmi, I. B. A. G. (2016). “Brand Switching Behaviour of Muslim Consumers: Development of a Conceptual Model”. *International Journal of Research in Business and Social Science*, No 4, 2016, pp. 31-39
- Sahir, S. H (2021). *Metodologi Penelitian*. Bojonegoro. Penerbit KBM Indonesia
- Sari, P.R., et al (2023). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek Pada Makeup Wardah Di Kota Bengkulu”. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi : EMBA*, No 2(3), Desember 2023. (Hal 483-492).
- Sartika, D., & Basriani, A. (2018). “Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di desa kwalu nenas kecamatan tambang kabupaten kampar provinsi riau”. *INOVASI*, 14(2), 84–97.
- Sasmita, S. J., & Yuniarinto, A. (2021). “PENGARUH CITRA MEREK, KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, No 1(10)
- Setiawan, R.A., et al. (2023). “Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Erigo Official Shop Shopee.Co.Id Di Kota Tasikmalaya)”. *Jurnal Doktor Manajemen*, No 2(6), September 2023.
- Sudarnice., et al. (2022). “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka)”. *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, No 1(5), Juni 2022, (Hal 21-28).

- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung, Penerbit Alfabeta Bandung
- Susanti, F., et al (2021). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Pada Produk Susu". *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, No 1, 2021
- Susanto, Y. D., & Widyawati, N. (2016). "Pengaruh Variety Seeking, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Blackberry Ke Smartphone". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. No 2, Februari 2016.
- Tafiprios, & Astini, R., (2019). "Perilaku Brand Switching Pengguna Telepon Seluler Smartfren". *Jurnal Ilmiah Manajemen*, No. 01, Februari 2019.
- Widyaningrum, H.W., et al. (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*, No 2(11), 2022.
- Zahari, A., & Evanita, S. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Produk Kosmetik Sariayu Di Kota Padang". *EcoGen*, No 4, 5 Desember 2018. (Hal 896-904).
- Zahratunnisa, & Chusnah (2021). "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Pengguna Jaringan Operator Tri Ke Operator Lain Di Masa Pembelajaran Online Saat Pandemi Covid -19 (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Islam As-Syafi'iyah)". *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No 2(3), Juni 2021.