

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Smartphone Oppo Ke Smartphone Samsung 6 (Survey Pada Pengguna Smartphone Oppo Yang Berpindah Merek Pada Smartphone Samsung Di Kabupaten Kuningan. In *Repositori Universitas Kuningan*.
- Adhani, A., Disman, & Masruroh, R. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Smartphone Oppo Ke Smartphone Samsung. *Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis Digital*, 1(2), 1–11.
- Amjad, M. S., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2024). Pengaruh Kreativitas Iklan, Unsur Humor, dan Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Youtube Gojek Versi Gojek Paling Hemat. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2583–2590.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10th ed.). Cengage Learning.
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278. <https://doi.org/10.35968/djw5j281>
- Apriachman, R., & Hastari, A. D. (2022). Product Features and Quality in Brand Switching Behavior of Implora Eyeliner on Sumbawa. In *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)* (pp. 78–82). <https://doi.org/10.36713/epra9309>
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Atika, S. D., & Soegoto, D. S. (2022). The Influence of Smartphone Brand Awareness on Purchase Decisions iPhone Smartphone Consumers. *International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*, 3(112). <https://doi.org/10.34010/icobest.v3i.139>
- Bashori, A. (2018a). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung Ke Merek Smartphone Lain Di Wilayah Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–8.

- Bashori, A. (2018b). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung Ke Merek Smartphone Lain Di Wilayah Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Budiarti, L., & Wijayanti, R. F. (2024). Perilaku Variety Seeking Generasi Z Serta Dampaknya Terhadap Brand Switching. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v7i1.5678>
- Chatrin, & Karlina, S. (2007). *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan brand switching terhadap bread boutiques di Supermal Pakuwon Indah (SPI) Surabaya*. Petra Christian University.
- Deviani, A. (2019). *Perilaku Perpindahan Merek Sebagai Implikasi Dari Ketidakpuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi (Survey pada Konsumen Smartphone Oppo di Megacell Pajajaran Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Dewanti, R., Puspokusuma, A., & Kristina, R. (2011). Analisis Karakteristik Produk Dan Kebutuhan Variasi Produk Dalam Mempengaruhi Perpindahan Merek Air Mineral Vit. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 565–578(2089), 565–578.
- Dinanda, Purnamasari, F., & Nurhayati. (2025). Pengaruh Consumer Dissatisfaction Dan Persepsi Harga Terhadap Keinginan Berpindah Merek Provider Indosat Ke Xl Axiata Melalui Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(7), 68.
- Fayyadh, M., Rinuastuti, B. H., & Sakti, D. B. (2024). *Influence of Consumer Dissatisfaction and Need For Variation on Interest in Brand Switching of XL Internet Service Users*. 21, 456–462.
- FEBIASTUTI, S., & NAWARINI, A. T. (2018). Factors Influencing Brand Switching Behavior: Role Of Variety Seeking Need As Moderator Variable. *Journal of Research in Management*, 1(2). <https://doi.org/10.32424/jorim.v1i2.24>
- Fibrianto, A. S., & Yuniar, A. D. (2019). *Technological Development and its Impact on Community Social Behavior*. 320(Icskse 2018), 210–213. <https://doi.org/10.2991/icskse-18.2019.42>
- Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2012). *Understanding the customer base of service providers: An examination of the differences between switchers and stayers*. *Journal of Marketing*, 64(3), 65–87. <https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.65.18028>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Leasrt Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0*.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. F., & Dharmayanti, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond'S Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Number 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J., Tomas, H., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Number 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7> ©
- Haque, F., & Marissa, G. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hardiana, C., Yusril, & Intani, A. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Word Of Mouth dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Iphone Ke Merek Lain (Studi pada Siswa SMA di Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi). *Jurnal Pajak Dan Bisnis*, 5(1), 1–10.
- Harjadi, D., & Nurfatimah, S. (2021). Brand Switching Behavior From Samsung To Oppo Among Millenials. *Trikonomika*, 20(1), 41–46. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v20i1.3853>
- Hassan, R. (2019). Pengaruh Etika Profesi dan Independensi Auditor Terhadap Kinerja Auditor dengan Profesionalisme sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 145–172. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1584>
- Hawkins, D. I. ., & Mothersbaugh, D. L. . (2010). *Consumer behavior : building marketing strategy Eleventh edition* (D. Hughes, Ed.). Paul Ducham.
- Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX Di Semarang Selatan. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 118–139.
- Hutauruk, S. M. L., Hadi, P., & Handayani, T. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap Penggunaan E-Wallet. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 339–348.
- Indarwati, Y., & Untarini, N. (2020). 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.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. UNPAM PRESS.
- Jannah, M. (2018). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Iklan Pesaing serta Perilaku Mencari Variasi terhadap Perilaku Perpindahan Merek pada Konsumen Shampo Sunsilk di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarnan*, 3(4), 1–24.
- Jefkins, F. (1996). *Periklanan* (3rd ed.). Erlangga.
- Junaidi, S., & Dharmmesta, B. swastha. (2002). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 17(1), 91–104. <https://doi.org/10.30996/die.v6i2.131>
- Kapojos, J. R. (2017). Faktor Perilaku Perpindahan Merek (Brand Switching) : Studi Pada Pegawai Pengguna Telepon Seluler Merek Samsung Di Kantor Bupati Minahasa Tondano Januard. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(4), 481–502.
- Karimah, H. (2025). Peran Strategi Pemasaran Pada Tenun Ikat Mitra Bandar Kidul Kota Kediri Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan. *Doctoral Dissertation, IAIN Kediri*, 32(3), 167–186.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th Editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Mara, D. S., Lubis, M. Y. P., Samosir, W., Sumule, A., & Delfahedah, Y. (2022). Pengaruh *Prior Experience* Dan *Advertising* Terhadap *Brand Switching* Dalam Pembelian Produk Krim Pelembab Wajah. *Seminar Nasional Bidang Kesehatan, Ekonomi, Pendidikan Dan Kemasyarakatan*, 111–122.
- Mardiansyah, A. (2021). Konformitas Dengan Brand Switching Pada Merek Handphone Remaja. *Jurnal Psikologi Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v4i1.217>
- Maulidiyah, W., & Nurhadi. (2025). *The Influence Of Consumer Dissatisfaction And Competitor Advertising Attractiveness On Brand Switching Through Variety Seeking As An Intervening Variable (Study On Realme Smartphone Users In Surabaya)*. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(2), 4951–4967. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6140>

- Montolalu, I. T., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2018). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Sabun Pembersih Wajah Pada Supermaket Grand Central Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6(4), 2178–2187.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia Group.
- Musthofa, A. H. (2025). *The Effect of Customer Dissatisfaction, Service Quality, and Complaint Handling on Customer Switching Intentions at Bank Syariah Indonesia Following the Withdrawal of Muhammadiyah Funds*. Universitas Islam Indonesia.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah, Ed.). Media Sahabat Cendekia.
- Pinontoan, Y. M. C. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Ketidakpuasan Konsumen Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Sabun Pembersih Wajah Pada Supermarket Cool Tomohon. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5753–5762.
- Prabowo, A. C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Fitur Produk Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Merek Lain Ke Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Pengguna Smartphone Merek Samsung di UKSW Salatiga). *Repositori Institusi UKSW*, 6.
- Prajapati, B. (2020). Impact of advertisement on consumer 's buying and switching behavior : A study on various brands of shampoos. *International Journal Of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 8(12), 23–30.
- Putra, Y. M., & Wati, L. (2022). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Perpindahan Merek Ban Dunlop (Studi Kasus Perpindahan Merek Ban Dunlop Ke Merek Lain Di Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta*, 20(2), 2–4.
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM). In *Lentara Ilmu Madani*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Rahmawati, E. F., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Harga dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek pada Konsumen Butik Fashion Remaja di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 1–8.
- Ramasari, U. J. (2020). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Kualitas, Dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek Produk Lain Ke Merek Smartphone Oppo*.

- Randa, A., & Sefnedi. (2021). Pengaruh Harga, Word of Mouth Dan Iklan Terhadap Brand Switching Di Kota Padang (Studi Kasus: Sepeda Motor Merek Honda). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 19(2), 4–5.
- Rizali, G. R., Syamil, A., Hurit, R. U., Asman, A., Lestariningsih, Radjawane, L. E., Bagenda, C., Falasifah, N., Amane, A. P. O., Tingga, C. P., Saloom, G., Gultom, N., Fadhilatunisa, D., Fakhri, M., & Rosidah. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (S. Bahri, Ed.).
- Rosi, J., Farida, N., & Budiatmo, A. (2023). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Perilaku Brand Switching Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderatingnya. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(7), 1–10.
- S, N. L., & Nasution, P. H. (2021). Pengaruh Brand Switching Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Dengan Korean Wave Sebagai Variabel Moderating. *Media Manajemen Jasa*, 9(1), 3356–0304.
- Sabgadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (W. Nikoemus, Ed.). Andi Offset.
- Salamah, N. N. A. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(1), 1–13.
- Santoso, S., & Mauana, R. (2020). Pengaruh Iklan Di Traveloka Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Gumilang Regency. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(2).
- Sari, P., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Di Kota Bima. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 141–147. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.742>
- Sasmita, S. J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Konsumen Dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–11.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Sembiring, R. C., Yulinar, & Putri, S. M. (2021). Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1694–1708.
- Septiani, S., Sri Purwanti, R., & Toto. (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(September), 67–81.

- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Ikram, M. (2024). *Pardomuan Robinson Sihombing, SST, M.Stat., Ade Marsinta Arsani, SST, MPMA, ME Maya Oktaviani, S.Pd., M.Pd., Ranti Nugraheni, S.Si., M.Ak. Dr. Lianna Wijaya, A.Md., S.E., M.M.S.I., Dr. Ikram Muhammad, S. Pd., M. Si.*
- Sofian, A. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strantegi* (12th ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Stanton, W. J., & Lamarto, Y. (2004). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Implementasi* (Edisi Pert). Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.; 1st ed.). Alfabeta.
- 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.
- Sulastri, S., & Sari, N. (2020). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk terhadap Brand Switching Handphone. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2).
- Suntoyo, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran* (Gunawan & T. Admojo, Eds.; 1st ed.). CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Suryani, A. N. (2018). Pengaruh Iklan Smartphone Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen Bayung Lencir Musi Banyuasin. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(2), 36–48.
- Swastha, B. (2009). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Liberty.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Liberty.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis Swot teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka utama. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- 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. <https://doi.org/10.22178/pos.90-14>
- Timbowo, D. (2016). Manfaat Penggunaan Smartphone sebagai Media Komunikasi. *Acta Diurna*, 5(2), 1.

- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi Publisher.
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Utami, T., Setyawan, S., & Suwondo, A. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan merek Asus ke merek lain. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(2), 340–349. <https://doi.org/10.51903/kompak.v14i1.558>
- Viana, R., & Wartini, S. (2016). Pengaruh atribut produk, iklan, dan kelompok acuan terhadap keputusan perpindahan merek dari sepeda motor merek lain ke merek honda. *Management Analysis Journal*, 5(2), 128–135.
- Wahyuningsih, B. A., Dewi, R. S., & Farida, N. (2023). The Effect of Product Attributes and Price on Brand Switching with Consumer Dissatisfaction as an Intervening Variable. *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP)*, 5(10), 159–163.
- Wibisono, D. (2013). *How to Create a World Class Company*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wibowo, M. G. M. (2020). Peran Ketidakpuasan Konsumen Dan Pencarian Variasi: Sebuah Studi Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(1), 80–86.
- Wibowo, S. F., Kurnaen, T., & Kresnamurti, A. (2014). Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Nokia Ke Smartphone Samsung. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 5(1), 20–38. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i3.2248>
- Widargo, S. A., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Pasca Konsumsi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Indihome. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4051–4163. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4246>
- Wijoseno, A. , W. S. , & Purwanto, A. (2021). Pengaruh Visualisasi Iklan TV terhadap Keputusan Pembelian Makanan “Produk Indofood.” *Jurnal Ganeshwara*, 1(2).

- Women, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya* (Dwi Kartika Yahya, Ed.). Erlangga.
- Wulandari, H. I., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pelanggan Im3 Ooredoo Di Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, IX(Iv), 488–496. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28773>
- Wuri, M. (2002). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Perpindahan Merek*. Universitas Diponegoro.
- Yuda, L. A., & Nasikah, D. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Ketidak Puasan Konsumen, Dan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merk Smartphone Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa Manajemen FEB UM Metro Angkatan 2017). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(3), 636–644. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i3.1261>
- Yuniastuti, E. R., Suroija, N., & Malebra, I. (2020). The influence analysis of Service and Price Perceptions on Customer Satisfaction of the Umrah Pilgrims of PT Cahaya Haramain Semarang. *JOBS (Jurnal Of Business Studies) Business Administration Department, Polines The*, 6(1), 47. <https://doi.org/10.32497/jobs.v6i1.2532>
- Zhao, J., Butt, R. S., Murad, M., & Mirza, F. (2022). Untying the Influence of Advertisements on Consumers Buying Behavior and Brand Loyalty Through Brand Awareness: The Moderating Role of Perceived Quality. *Frontiers in Psychology*, 12(January), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.803348>
- Zulfikri, A. P., Yuliniar, & Jenji, G. A. (2019). Brand Switching Smartphone Lain Ke Smartphone Samsung. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(2), 141–151. <https://doi.org/10.22441/jdm.v2i2.10070>