

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Quran dan Terjemahnya, Jakarta, Departemen Agama RI, 1984.
- Agustina, F. I., & Kembang, L. P. (2019). Pengaruh Tempat Dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Pada Mataram Mall Di Mataram. *Jurnal Solid Asm Mataram*, 9(2), 159.
- Amalia, P. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Dan Kebutuhan Mencari Keragaman Terhadap Perpindahan Merek Safe Care Ke Merek Lain. *Jebi | Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 13(2), 18–27. <https://doi.org/10.36310/Jebi.V13i2.106>
- Anisa, N. A., Darim, A., Wudawati, E., Gayatri, V. K., & Widjatmiko, A. G. (2022). *Customer Dissatisfaction And Electronic Word Of Mouth Towards Brand Switching Behavior To Wardah Product*. 0672(C), 534–540.
- Apriliansi, D. (2021). *Pengaruh Variety Seeking Dan Packaging Terhadap Brand Switching Dalam Perspektif Bisnis Syariah*. 3(March), 6.
- Arisnastuti, & Safitri, D. (2021). *Issn : 1411 - 1977 Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Mandi Lifebuoy Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Purwokerto Lor Kabupaten Banyumas*. 18(April), 20–27.
- Artha, A. L. (2016). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Mobile Broadband Telkomsel Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 15(2), 1–23.
- Atifah, M., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Brand Switching Produk Smartphone Samsung Ke Merek Lain. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 123. <https://doi.org/10.24036/Jmpe.V5i1.12760>
- Azwar, S. (2012). *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*. Liberty.
- Bashori, A. (2018). 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.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ombak.
- Cahyono, A. (2014). *The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Brand Switching*.
- Chusnah, C., & Zahratunnisa, Z. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Pengguna Jaringan Operator Tri Ke Operator Lain Di Masa Pembelajaran Online Saat Pandemi Covid -19. *Kinerja*, 3(02), 198–212. <https://doi.org/10.34005/Kinerja.V3i02.1552>

- Dianti, I. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Variety Seeking Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Di Mataram. *Sangkareang Mataram*, 2(3), 18–23. [Http://Untb.Ac.Id/Wp-Content/Uploads/2016/09/5-Pengaruh-Atribut-Produk-Harga-Variety-Seeking-Dan-Ketidakpuasan-Konsumen-Terhadap-Keputusan-Perpindahan-Merek-Smartphonedidi-Mataram-Ira-Dianti.Pdf](http://Untb.Ac.Id/Wp-Content/Uploads/2016/09/5-Pengaruh-Atribut-Produk-Harga-Variety-Seeking-Dan-Ketidakpuasan-Konsumen-Terhadap-Keputusan-Perpindahan-Merek-Smartphonedidi-Mataram-Ira-Dianti.Pdf)
- Farmanugroho, M. Ega. (2020). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Aplikasi E-Wallet Linkaja (Studi Pada Mahasiswa Feb Upn “Veteran” Jawa Timur)*.
- Febrian, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Switching (Studi Kasus: Mobil Toyota Avanza Di Padang)*.
- Firdaus, F., & Budiman, B. (2021). The Impact Of Brand Image, Price, And Variety Seeking On Brand Switching Behavior. *Journal Of Advanced Multidisciplinary Research*, 2(2), 78. [Https://Doi.Org/10.30659/Jamr.2.2.78-89](https://doi.org/10.30659/Jamr.2.2.78-89)
- Firdaus, M. I., & Rahardjo, M. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kebutuhan Mencari Variasi, Dan Word Of Mouth dalam Perilaku Brand Switching Pada Minuman Bersoda Coca-Cola Ke Big Cola. *Journal Of Management*, 4(1), 1–14.
- Frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19* (Edisi Keli). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23* (Edisi 8). Universitas Diponegoro.
- Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha Nmax Di Semarang Selatan. *Serat Acitya - Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 7(1), 130. [Http://Jurnal.Untagsmg.Ac.Id/Index.Php/Sa/Article/View/714](http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/714)
- Indrawati, Y., & Untarini, N. (2017). Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–11.
- Indriani, A. R., & Pasharibu, Y. (2020). *Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga, Dan Ewom Terhadap Perpindahan Merek (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Samsung Galaxy Series Yang Berpindah Ke Iphone)*. 20(2), 88–95.
- Irawan, A., Indiyastuti, N., & Suliyanto. (2013). Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap

- Keinginan Berpindah Merek Handpone. *Performance*, 11(1), 83–106.  
[Http://Jos.Unsoed.Ac.Id/Index.Php/Performance/Article/View/770/570](http://Jos.Unsoed.Ac.Id/Index.Php/Performance/Article/View/770/570)
- Irnanda, P., Wijastuti, R. D., Lewenussa, R., Waly, N. A., & Bintari, W. C. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Brand Merek Vivo ( Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sorong ) Switching Handphone Merek Nokia Ke Smartphone. *Perkusi: Pemasaran, Keuangan, Dan Sumber Daya Manusia*, 2(April).
- Irvindra, R. D., & Trinanda, O. (2020). The Influence Of Consumer Dissatisfaction, Product Quality, And Competitor Advertisement Toward Brand Switching. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(1), 36.  
<https://doi.org/10.24036/jkmw0284910>
- Iskandar, D. (2022). *Pengaruh Atribut Produk, Perilaku Mencari Variasi Dan Promosi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Menuju Kartu Seluler Im3 Ooredoo (Studi Pada Masyarakat Yogyakarta Yang Pernah Menggunakan Kartu Seluler Merek Lain Dan Berpindah Merek Menuju Kartu Seluler )*.
- Karnowati, N. B., Astutii, H. J., Pujiharto, & Fitriati, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman, Kepuasan Konsumen Dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek*.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Edition). Erlangga.
- 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 Supermarket Grand Central Tomohon. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2178–2187.
- Mowen, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*.
- Nilasari, D. R. (2012). *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Lifebuoy Di Semarang*.
- Nurhidayah, Rahmidani, R., & Syofyan, R. (2019). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang. *Ecogen*, 1.
- Nuromavita, I., & Soliha, E. (2016). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Perpindahan Merek Sepeda Motor Yamaha Ke Honda*.

- Palar, M. B. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Perpindahan Merek Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Pembangunan Nasional Veteran). *Syria Studies*. [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_Is\\_Governance/Link/548173090cf22525dcb61443/download%0ahttp://www.econ.upf.edu/~Reynal/Civil\\_Wars\\_12december2010.pdf%0ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_Is_Governance/Link/548173090cf22525dcb61443/download%0ahttp://www.econ.upf.edu/~Reynal/Civil_Wars_12december2010.pdf%0ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)
- Palma, M. A., Iriani, S. S., & Harti, H. (2021). Effect Of Variety Seeking And Electronic Word Of Mouth On Brand Switching (Study On Millennial Generation As Modern Coffee Shop Consumers In Surabaya). *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 8(8), 333. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i8.2976>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Salemba Empat.
- Pradana, M. A. G. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perpindahan Merek Teh Botol Sosro Di Surakarta*.
- Pratiwi, E. W. (2016). *Skripsi\_Elya\_Wp.Pdf*.
- Priyatno, D. (2016). *Spss Handbook: Analisis Data, Olah Data & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Mediakom.
- Puspitasari, S. I. (2021). *Effect Of Product Attributes And Promotion On Brand Switching Froma All Beauty Products To The Ms Glow Brand In Students Stie Pgri Dewantara Jombanh*.
- Putranto, A. T. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Promosi Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Studi Kasus Kartu Perdana Indosat Di Serpong Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(3), 12–29.
- Sasmita, S. J. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Konsumen Dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Tulungagung Pengguna Smartphone Samsung Yang Sebelumnya Menggunakan Smartphone Merek Lain)*. 1–11.
- Sciffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu). Indeks.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Gramedia.

- Suwarni. (2009). Marketing Mix Strategy Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Tarmizi, Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Ketidakpuasan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Simcard Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Kos Kelurahan Dinoyo Kota Malang) Oleh: *E – Jurnal Riset Manajemenprodi Manajemen*, 10–25.
- Tiyasherlinda, G., Achsa, A., & Sijabat, Y. P. (2022). *Citra Merek Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang Brand Image And Price In Influencing The Decision To Buy Ventela Shoes In Magelang*. 09, 306–314.
- Tjiptono. (2016). *Services, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi Ketu). Andi.
- Top Brand Award. (N.D.). *No Title*. [Www.Topbrand-Award.Com](http://www.Topbrand-Award.Com)
- Veza, O., Arifin, Nofri Yudi, & Setyabudhi, Albertus Laurensius. (2021). Perpindahan Merek Produk Akibat Ketidakpuasan Konsumen Dalam Pemilihan Laptop Di Kota Batam. *Economic And Business Management International Journal*, 3(1), 1–8.
- Wulandari, H. I., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek ( Studi Pada Pelanggan Im3 Ooredoo Di Fisip Undip ). *Administrasi Bisnis*, 9(4), 488–496.
- Yoga, & Linda. (2006). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Perpindahan Merek Ban Dunlop. *بمشق جامعة منشورات*, 1999(December), 1–6.
- Zahara, U., & Harahap, N. (2021). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi Merek Lain Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Sabun Lifebuoy Di Alfamidid Sisingamangaraja Medan). *Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Zahari, A., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Produk Kosmetik Sariayu Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 896. <https://doi.org/10.24036/Jmpe.V1i4.5669>
- Zahra, I. A., & Dewi, S. S. (2021). Promosi, Ketidakpuasan Konsumen, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Merek Pixy Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.56145/Ekonomibisnis.V1i1.39>
- Zainudin, Y., & Soestyo, Y. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Dan*

*Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. 2.*