

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Purbawanto, S. (2015). *Pemahaman Siswa Terhadap Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Livewire Pada Mata Pelajaran Teknik Listrik Kelas X Jurusan Audio Video Di SMK Negeri 4 Semarang*. Jurnal Teknik Elektro 4(1): 38-49.
- Agustian, A.; Ramdan, A.M.; Jhoansyah, D. (2022). *Analisis Kepuasan Konsumen dan Pencarian Variasi Terhadap Perpindahan Merek pada Mie Instan*. MSEJ : Management Studies and Entrepreneurship Journal. 3(3):1490-1496.
- Akila. (2015). *Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja PNS Pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Provinsi Sumatera Selatan*. Jurnal Media Wahana Ekonomika 12(2): 75-86.
- Amjad.; Hartini, S.; Rambey, M. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Bangka Nasywa di Kota Padangsidimpuan*. Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan 5(1): 18-24.
- Andriani, R. E., & Untarini, N. (2015). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Mobile Broadband Smartfren*. Jurnal Ilmu Manajemen 1(1): 1-13.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Febriani F.R., & Cahya, S.B. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Shopee-Food*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). 10(1): 1658-1668.
- Febrinastri, F. (2022). Hingga Juli 2022, *Industri Kosmetik Meningkat 83% dan didominasi oleh UKM*.  
<https://www.suara.com/pressrelease/2022/09/13/105011/hingga-juli-2022>  
(Di akses pada 9 September 2022)
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firdaus & Budiman. (2021). *The Impact of Brand Image, Price, and Variety Seeking on Brand Switching Behavior*. Journal of Advanced Multidisciplinary Research 2(2): 78-89.
- Gaol, L.A.; Hidayat, K.; & Sunarti. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis 38(1): 125-132.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, A.A., & Sunardi, HP. (2016). *Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gesit Nusa Tangguh*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis 16(1): 1-12.
- Hafiz, M.P.A. (2019). *Tips Cantik Ala Syifa Hadju, Ambassador Marcks'Teen*. <https://marketeers.com/tips-cantik-ala-syifa-hadju-ambassador-marcks-teen> (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Hair, dkk. (2006). *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition Edition 6*. New Jersey
- Handalu, P.R. (2021). *Pengaruh Atribut Produk dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Merek A Ke Sepeda Motor Merek B di Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi Bisnis 20(2): 88-95.
- Highlight Media. (2019). *Gandeng Paula Verhoeven, Make Over Rilis Powerstay Demi Matte Cover Cushion*. <https://highlight.id/gandeng-paula-verhoeven-make-over-rilis-powerstay-demi-matte-cover-cushion/> (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Huwae, K.M.M.; Moniharapon, S.; & Worang, F.G. (2017). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Avenue Mega Mall Manado*. Jurnal EMBA 5(3): 3160-3169.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Indriani, A.R., & Pasharibu, Y. (2020). *Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan eWOM Terhadap Perpindahan Merek*. Jurnal Ekobis Dewantara 3(2): 17-27.
- Irnanda, P. N.; Wijiastuti, R.D.; Lewenussa, R.; Waly, N.A.; & Bintari, W.C. (2022). *Pengaruh Iklan Smartphone Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen Bayung Leneir Musi Banyuwasin*. Jurnal Pemasaran, Keuangan, & Sumber Daya Manusia 2(2): 299-306.
- Jatmiko, M. Roby. (2013). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Atribut Produk Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Kartu Seluler di STIE Totalwin Semarang*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia 12(2): 157-168.
- Khsanah, U., & Cahya, B.T. (2018). *Brand Switching Produk kosmetik halal: Ditinjau dari Aspek Daya Tarik Iklan dan Variety Seeking*. Jurnal Akuntansi Syariah 1(2): 199-214.
- Korowa, E.; Sumayku, S.; Asaloei, S. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen*. Jurnal Administrasi Bisnis 6(3): 27-34.

- Kosidah, Sri & Nuraeni. (2014). *Analisis FaktorFaktor yang Mempengaruhi Perilaku Brand Switching pada Kartu Prabayar XL (Studi Pada Konsumen Pandumedia Reload Service Singosari Malang)*. Jurnal Sketsa Bisnis. 1(1): 1-15.
- Kusmano & Rahmawati. (2022). *Pengaruh Ketidakpuasan, Atribut Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Auss ke Smartphone Lain (Studi Kasus Pada Konsumen Sinar Mas Seluler Cabang Tlogosari Semarang)*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen. 4(1):74-85.
- Lee, R., & Evyanto, W. (2022). *Pengaruh Harga, Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Pada PT. Jumbo Power International Batam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis 11(1): 1031-1038.
- Lestari, S.H. (2021). *Gandeng Nadya Wulan, Viva Luncurkan Viva Muda Bidik Pasar Anak Muda di Tengah Pandemi*.  
<https://surabaya.tribunnews.com/amp/2021/04/29/gandeng-nadya-wulan-viva-luncurkan-viva-muda-bidik-pasar-anak-mud-di-tengah-pandemi> (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Liramedia.co.id. (2022). *Sejarah Panjang Kosmetik Wardah Hingga Sukses Jadi Brand Ternama*. <https://m.liramedia.co.id/read/sejarah-panjang-kosmetik-wardah-hingga-sukses-jadi-brand-ternama-> (Di akses pada 13 Oktober 2022)
- Mas'amah, F.; Salim, M.A.; Priyono, A.A. (2019). *Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sub Sekor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2015-2017)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 8(10): 37-51.
- 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 6(4): 2178-2187.
- Nirawati, L.; Safitri, B.A.D; Ahmad, R.F. (2020). *Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur)*. Jurnal Syntax Idea 2(9). 594-604.
- Nursaidah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudera Biru.
- Official Store Kimia Farma. (2022).  
<https://shopee.co.id/kimiafarma.official?smtt=0.127019911-1666061385.9>  
 (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Official Store Make Over. (2022).  
<https://shopee.co.id/makeoverofficial?smtt=0.127019911-1666061349.9>  
 (Di akses pada 18 Oktober 2022)

- Official Store Pixy.(2022). <https://shopee.co.id/pixyindonesia?smtt=0.127019911-1666061366.9> .(Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Official Store Viva Cosmetics. (2022).  
<https://shopee.co.id/indocostique?smtt=0.127019911-1666061310.9> (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Official Store Wardah. (2022).  
<https://shopee.co.id/wardahofficial?smtt=0.127019911-1666055241.9> (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). *Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan AA Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor*. Journal of Accounting & Management Innovation 6(1): 49-66.
- Oscar, B., & Megantara, H.C. (2020). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army*. Jurnal Bisnis dan Pemasaran 10(1): 1-12.
- Palupi, D.H. (2019).*Viva Cosmetics Pelopor Industri Kosmetik Tropis dari Surabaya*. <https://swa.co.id/business-champions/brands/legend-brand/viva-cosmetics-pelopor-industri-kosmetik-tropis-dari-surabaya> (Di akses pada 9 September 2022)
- Pantow, E.F. (2019). *The Effect Of Price And Advertising On Brand Switching Scooter Motorcycle in Manado*. Jurnal EMBA 7(3): 3428-3437.
- Pixy.co.id. (2020). *Welcome To The Familu, Mawari : Pixy Mengajak Kolaborasi Salah Satu Penyanyi Berbakat*. <https://www.pixy.co.id/news/welcome-to-the-family-mawar-pixy-mengajak-kolaborasi-salah-satu-penyanyi-berbakat> (Diakses pada 18 Oktober 2022)
- Pradana, D.; Hidayah, S.; Rahmawati. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*. Kinerja : Jurnal Ekonomi & Manajemen 14(1): 16-23.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia*. Jurnal Manajemen 6(1): 1-10.
- Putri, A.S. (2021). *Magnificent Most Wanted Beauty - Maybelline: Brand Kosmetik Nomer Satu di Dunia Hadir di 120 Negara dengan Makeup Berteknologi Tinggi*.  
<https://www.fimela.com/beauty/read/4706043/magnificent-most-wanted-beauty-maybelline-brand-kosmetik-nomer-satu-di-dunia-hadir-di-120-negara-dengan-makeup-berteknologi-tinggi> (Di akses pada 13 Oktober 2022)
- Ramadhan, R., & Suhermin. (2016). *Perpindahan Merek: Atribut Produk, Harga, dan Keterlibatan Konsumen*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 5(3): 1-19.
- Riani, D., & Soesanto, H. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word Of*

- Mouth Terhadap Minat Untuk Berpindah Merek (Brand Switching) Dengan Perceived Value Sebagai Mediasi.*** Diponegoro Journal Of Management 4(2): 1-10.
- Rizaty, M.A. (2021). ***Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021.***  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>  
 (Diakses pada 9 September 2022)
- Rusni, A., & Marwan, M. (2021). ***Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Krida Dinamik Auto Nusa Cabang Sumbawa.*** Jurnal Manajemen dan Bisnis 4(2): 65-71.
- Sahir, S.H., dkk. (2021). ***Dasar-Dasar Pemasaran.*** Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, N., & Apriliana, A. (2022). ***Analisis Efektivitas Iklan Smartfren Versi Kura-Kura Punya Rumah di Youtube Dengan Aisas Model.*** Jurnal Ilmu Manajemen Saburai 8(1): 1-9.
- Sudono. (2022). <https://www.pa-blitar.go.id/informasi-pengadilan/160-untuk%02kepentingan-apa-batasan-usia-dewasa-itu> (Diakses pada 18 Oktober 2022)
- Sugiyono. (2017). ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*** Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2019). ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*** Bandung: CV Alfabeta.
- Suryani, A. N. (2018). ***Pengaruh Iklan Smartphone Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen Bayung Lencir Musi Banyuwasin.*** Jurnal Manajemen Kompeten 1(2): 36-48.
- Susanti, A.D. (2022). ***Jadi Wardah Brand Ambassador, Raline Shah tampil Memikat di Cannes Film Festival 2022.*** <https://www.pilar.id/jadi-wardah-brand-ambassador-raline-shah-tampil-memikat-di-cannes-film-festival-2022/> (Di akses pada 18 Oktober 2022)
- Susilawati, R. (2019). ***Viva Cosmetics Lirik Pasar Mancanegara.*** <https://beritajatim.com/ekbis/viva-cosmetics-lirik-pasar-mancanegara/> (Di akses pada 15 Januari 2023)
- Tanvear, Bagh, dkk. (2021). ***The Impact of Advertisement, Price and Brand Endorser on Consumer Brand Switching.*** Journal of Accounting & Marketing 10(3): 1-8.
- Tjiptono, F., & Sumarwan, U. (2018). ***Strategi Pemasaran dalam Prespektif Perilaku Konsumen.*** Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Top Brand Index.*** (n.d.). <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>  
 (Diakses pada 9 September 2022)

- 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.
- Warnadi dan Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wijaya, Y.S.; DH, A.F.; Sunarti. (2014). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek*. Jurnal Administrasi Bisnis 12(2): 2-7.
- Wijayanti, R., & Ariyanti, S. (2022). *Implementasi Strategi Marketing Mix dalam Mempertahankan Usaha*. Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi 20(1): 93-103.