

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin dkk (2022) *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Buku Penerbit Pradina Pustaka.
- Apit, M., & Rahmidani, R. (2023). *Pengaruh Consumer Dissatisfaction dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Smartphone Merek Xiaomi ke Merek Lain Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Jurnal Salingka Nagari, 2(2), 391–403. <https://doi.org/10.24036/jsn.v2i2.124>
- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: *Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik*. Fe Unisma, (July), 1–11. Retrieved from http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji
- Azhar, M. R., & Wuryan, S. (2024). *Pengaruh Customer Engagement, Perceived Quality, dan Perceived value Terhadap Repurchase Intention pada Produk Mcdonald's*. MES Management Journal, 3(1), 186-199.
- Handayani, E. N., & Kusumaningrum, I. (2022). *Determinan Perceived value dan Dampaknya pada Brand switching pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over*. In Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (Vol. 6, Issue 3, p. 341). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.17613>
- Juliana, Themmy Noval, Reno, S. (2019). *Analisis Pengaruh Service Quality, Food Quality Dan Perceived value Sebagai Prediktor Customer Satisfaction Pada Rumah Makan Ampera Bandung*. Jurnal Ilmiah Maksitek, 4(2), 1–9.
- Juliana, dkk (2022). *Determining Experience Quality on Customers' Perceived value, Satisfaction and Loyalty*. Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi, 21(2), 132–146. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v21i2.52>
- Kusmanto, K., & Rahmawati, P. R. (2022). *Pengaruh Ketidakpuasan, Atribut Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Asus Ke Smartphone Lain (Studi Kasus Pada Konsumen Sinar Mas Seluler Cabang Tlogosari Semarang)*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.55542/juiim.v4i1.329>
- Lestari M, K. D. (2020). *Perpindahan Merek (Brand switching Behavior) Pada Air Dalam Kemasan Di Kota Pontianak*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 126 - 133.
- Marwawa, A. N. (2023). *Bab II Tinjauan Pustaka Bab II Tinjauan Pustaka 2.1*. 1–64. E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 1(69), 5–24.
- Maulana, M. D., & Hartini, H. (2024). *Strategi Pemasaran Menggunakan E-commerce Tokopedia untuk Meningkatkan Penjualan*. Journal of Islamic Economic and Law (JIEL), 1(1), 1-11.

- Nataline, E. (2020). *Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Produk MS Glow di Kota Malang*. Suparyanto Dan Rosad, 5(3), 248–253.
- Nurfiana Wardhani, L., & Andarini, S. (2024). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand switching Traveloka* (S. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(2), 4304–4315. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Prasetya, A. Y. (2020). *Analisis Variety seeking, Atribut Produk dan Price Terhadap Brand switching dari Taksi Konvensional ke Online*. Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers Analisis, November, 1–19.
- Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2021). *Model Perilaku Brand switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 22(2), 151–163. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7305>
- Rahmawati, E., & Nurhadi, N. (2023). *Pengaruh Brand Trust, Electronic Word of Mouth, dan Variety seeking Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Lazada di Surabaya*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(3), 1262–1278. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3743>
- Saputri, V. N., Triwijayati, A., & Adriana, E. (2023). *The Influence of Sales Promotion, Online Customer Reviews, and Platform Trust on Brand switching In the Use of Online Transportation in Malang City*. American International Journal of Business Management (AIJBM) ISSN, 6(07), 46–56. www.aijbm.com
- Soesana, dkk (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Sudi, D. M., Purwadi, A., & Firmansyah, A. (2024). *Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas, Nilai, dan Preferensi Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Broman*. Jurnal EMT KITA, 8(1), 442–449.
- Sugiyono (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alabeta Bandung.
- Syarif, dkk (2023). *Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis di Indonesia*. Journal of Computers and Digital Business, 2(1), 11–14. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30>
- Verdian, E. (2019). *Analisis faktor yang merupakan intensi perpindahan Merek Transportasi Online Di Surabaya*. Agora, 7(1).
- Walukow, dkk (2024). *The Influence Of Sales Promotion , E-Service Quality , Reputation On Customer Switching Behavior Towards E-Wallet In Manado*

During Pandemic Covid19 Era (Case Study : Shopeepay) Jurnal EMBA. 12(03), 187–201.

Wantika Indah Lestari, N., Hasanah, K., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). ***Pengaruh Persepsi Kemudahan, Promosi, BrandImage, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Aplikasi Bukalapak(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun)***. SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September 2022, 1–13.

Widargo, S. A., & Dermawan, R. (2023). ***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>

Wiyanti, A. R., & Farida, S. N. (2024). ***Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Shopee Di Surabaya***. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 7(4), 7811–7823. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10384>

Zhang, Y. (2022). ***Variety-Seeking Behavior in Consumption: A Literature Review and Future Research Directions***. Frontiers in Psychology, 13(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.874444>

Zusrony, E. (2019). ***Perilaku konsumen di Era Modern***. In Jakarta: Indeks