

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A., Masruroh, R., & Disman, D. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Smartphone Oppo Ke Smartphone Samsung:(Survei Pada Pengguna Smartphone Oppo Yang Berpindah Merek Pada Smartphone Samsung Di Kabupaten Kuningan). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 180-196.
<https://journal.feb.uniku.ac.id/jimeb/article/view/118/45>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2025*. APJII.
- Arun, K., & Muralikumaran, K. (2024). Service quality and brand switching behavior: Evidence from service industry consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 48(1), 112–124.
- Albadiyah, I., & Syukur, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart Di Lebak. *Aksioma Al-Musaqoh*, 5(1), 22-41.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bakti, R., & Tiara, A. A. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Shahla Muslim Syar'i

di Gallery Ummu Afifa Collection. *Jurnal GICI Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 13(1), 116-131. DOI : <https://doi.org/10.58890/jkb.v13i1.85>

Badan Pusat Statistic (2025) Jumlah Penduduk Kota Surabaya. BPS Kota Surabaya

Clarita, N. (2023). Pengaruh persepsi harga, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di cfc grande karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37-53.

Febriansyach, M. Y., & Kusasih, I. A. K. R. (2022). Pengaruh Lifestyle, Kualitas Layanan, Tempat dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Barbershop SAN: Pengaruh Lifestyle, Kualitas Layanan, Tempat dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Barbershop SAN. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur (JEBDEKER)*, 2(2), 10-20.

Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh kualitas produk, display layout, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-159.

Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan SmartPLS*.

- Hasibuan, R., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 67–78.
- Hutauruk, S. M. L., Hadi, P., & Handayani, T. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi brand switching terhadap penggunaan e-wallet. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 339-348.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2023). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- HAMDI, I. (2024). *SKRIPSI: Pengaruh Ulasan Produk, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan di Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIM YKPN Yogyakarta).
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.

- Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71–82.
<https://doi.org/10.1177/002224299505900206>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kojongian, A. S., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou. id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157-161.
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pakan ikan dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada pt. Central proteina prima cabang tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.

- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2007). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
<https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Meidea, Z. A. I., Dewi, R. S., & Prabawani, B. (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*, 13(1), 186-198. <https://doi.org/10.14710/jiab.2024.40567>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Urbans Travel*. JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), 7(2), 1645–1654.
<https://doi.org/10.33369/pendipa.9.2.298-302>
- Marlina, L., & Ferdiansyah, A. (2022). Pengaruh variasi paket layanan terhadap brand switching pada layanan internet rumah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(2), 89–101.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making profitable decisions* (2nd ed.). McGraw-Hill.

- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086. DOI : <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35296>
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350-363.
- Nilasari, S. (2005). Pengaruh persepsi harga terhadap perilaku perpindahan merek pada produk sabun mandi Lifebuoy di Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 45–56.
- Nasyahtadila, A., dkk. (2022). Definisi operasional variabel dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 6(1), 45–53.
- Pinontoan, Y. M. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Ketidakpuasan Konsumen Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Sabun Pembersih Wajah Pada Supermarket Cool Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26506>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2017). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Putri, A. R., Nugroho, B. S., & Hidayat, R. (2021). Kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap brand switching pada industri jasa. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 201–213.

Putri, D., & Yosepha, S. Y. (2023). Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 11-22.

Pratama, Y. W., & Budiarti, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Pt. Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 13(7).

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior and marketing strategy* (9th ed.). McGraw-Hill.

- Rahmania, S., Pratama, A., & Lestari, D. (2023). Variety seeking behavior dan brand switching pada pengguna layanan internet. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 55–67.
- Ridwan, S., Ermansyah, M. J., & Apriyana, N. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Orange Supermarket di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1048-1070. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>
- Siahaan, T. A. (2025). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (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 (JDM)*, 6(2), 188.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.

- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Tamon, J. Y., & Tumewu, F. J. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap brand switching pada industri jasa. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3891–3900.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Widyaningrum, H. W., Farida, N., & Prihatini, A. E. (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*, 11(2), 281-289. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34660>
- Wardhani, L. N. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Traveloka (Studi Pada Pengguna Traveloka di Surabaya) (*Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur*). <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4736>
- Wibawanto, H. (2012). Analisis pengaruh persepsi harga terhadap perpindahan merek ponsel. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 23–34.
- Wardhaniika, N. I. K., & Hendrati, I. M. (2021). Perpindahan Merek Akibat Ketidakpuasan Konsumen Dalam Pemilihan Produk Smartphone. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 21-30.

- Yugistira, B., & Ida Farida Oesman, I. F. S. (2024). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-Wom terhadap Brand Switching pada Pengguna Kartu Axis di Kota Bandung. *Αγαν*, 15(1), 37-48. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i2.9392>
- Yazlisa, Y., & Basiya, R. (2023). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan brand switching konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 55–66.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.