

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., Evanita, S., & Sofya, R. (2018). Pengaruh Endorser, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Bedak Padat Maybelline di Kota Padang. *EcoGen*, 1(4), 785-793.
- Ardina, S., & Whyosi, S. (2019). Pengaruh Dissatisfaction, Variety Seeking, Electronic Word Of Mouth dan Religiosity Terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain Ke Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 01(01), 26-35.
- Arianto, A. B. (2013). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, 11(2), 294-305.
- Armazura, D. F., Evanita, S., & Tasman, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Switching Leptop Axioo pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 01(01), 107-115.
- Assuari, S. (2001). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Awan, A. G., Nadeem, N., & Faisal, H. M. (2016). Determinants Of Brand Switching in Mobile Service Providers: A Case Study Of Mobile Phone Industry in Southein Punjab-Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 8(1), 21-35.
- Bashori, A. (2018). Pengaruh Ketidakpuasan dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung ke Merek Smartphone Lain di Wilayah Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-8.
- Candra, J. (2014). Pengaruh Faktor Promosi, Kualitas Produk, dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 857-867.
- Dwijayanto, A. (2018, Juli Jumat). *Industri*. Retrieved Oktober Rabu, 2020, from Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/produk-skincare-halal-diminati-penjualan-safi-melonjak-lima-kali-lipat>
- Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2012). Understanding The Customer Base Of Service Providers: An Examination Of The Difference Between Switchers And Stayers. *Journal Of Marketing*, 64, 65-87.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (edisi 9 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hawkins D, I., & Mothersbaugh, D. (2010). *CONSUMER BEHAVIOR: BUILDING MARKETING STRATEGY*. Irwin: McGraw-Hill.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic Word Of Mouth Via Consumers-Opinion Platforms: What Motivates Consumers To Articulate Them Server On The Internert ? *JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING*, 18(1), 38-52. doi:DOI: 10.1002/dir.10073
- 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.
- Indarwati, Y., & Untarini, N. (2017). 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.
- Indriani, R. A., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga dan e-WOM Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Galaxy Series Yang Berpindah ke Iphone). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(2), 17-27.
- Isa, S. M., Kelly, L., & Kuimarsi, S. (2020). Brand switching through marketing mix: the role of brand effect on smartphone users. *Int. J. Process Management and Benchmarking*, 10(3), 419-437.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word Of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 42-46. doi:doi:10.1016/j.procs.2010.12.008
- Jeong, E., & (Shawn) Jang, S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 356–366.
- Korry, P. D., & Suartini, N. W. (2018). Influencing Factor On Brand Switching Behavior Between Millennial and X Generation in Mobile Phone Market. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 5(6), 80-92. doi:https://doi.org/10.21744/irjmis.v5n6.378

- Kotler , P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Edisi 13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Marisa , P. A., Sri, I. S., & Harti. (2021). Effect Of Vaiety Seeking and Electronic Word Of Mouth on Brand Switching (Study On Millennial Generation as Modern Coffe Shop Consumers in Surabaya). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(8), 333-345. doi:http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i8.2976
- Meutia, R. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Perpindahan Merek (Studi Kasus pada Produk Oriflame di Kota Langsa). *JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN*, 6(2), 770-777.
- Mowen , J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Edisi 5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Musnaini, & Wijoyo, H. (2021). Impact Of Variety Seeking And Electronic Word Of Mouth Of Cosmetic Brand Switching (Studi Pada Industry Kosmetik di Indonesia). *EKONAM: Jurnal Ekonomi*, 03(1), 23-32.
- Nagarajan, S., & Jafersadhiq, A. (2019). A Research on Brand Switching Factors of Millennial Customers on Toiletries. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 8(12), 490-494. doi:DOI: 10.35940/ijitee.L1122.10812S19
- Peter, J., & C. Olson, J. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pirdaus, A., Danial, R. M., & M. Ramdan, A. (2020). Analisis Efek Komunitas dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Produk Xiaomi Pocophone ke Oppo F9 di RNY Communication Kota Sukabumi. *Journal of Management and Bussines*, 2(1), 1-8. doi:DOI : https://doi.org/10.31539/jomb.v2i1.1220
- Putra, E. (2018). The Effect Of Product Quality, Advertising And Customer Satisfaction On Smartphone Brand Switching (Case Study Of STIE Pasaman Students). *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(3), 287 -295.
- Rao, U. V., Pujari, & Gundala, R. R. (2016). Brand Switching Behavior in Indian Wireless Telecom Service Market. *Journal of Marketing Management*, 4(2), 100-109. doi:DOI: 10.15640/jmm.v4n2a9

- Sari, K. P. (2021). Analisis Minat Beli Halal Branding Skincare Safi. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 8(1), 207-236. doi:DOI: 10.15408/sjsbs.v8i1.19054
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7 ed.). Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku Konsumen* (Edisi 10 ed.). Jakarta: Indeks.
- Sugiono. (2004). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabet.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Susanti, S. (2015). Modeling Brand Switching of Blackberry Smartphone Using Logistic Regression. *International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management*, 103-107. doi:http://dx.doi.org/10.15242/ICEHM.ED0315106
- Tafiprios, & Astiti, R. (2019). Perilaku Brand Switching Pengguna Telepon Seluler Smartfren. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 240 - 250. doi:DOI: dx.doi.org/10.22441/mix.2019.v9i1.015
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Vitalis, P. U. (n.d.). *Safi*. Retrieved Oktober Selasa, 2021, from Safi Indonesia: <https://www.safiindonesia.com/>
- Zainudin, Y., & Soestyo, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 1130-1139.