

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA. *EDUMASPUL*, 6(1), 974–980.
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2024). PENGARUH, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, dan LOYALITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO ONLINE SHOPEE. *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.8734/musyitari.v3i2.1655>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Volume 4, Nomor 1. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Banjarnahor, K. S., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Ferizy dan Persepsi Harga Terhadap Penggunaan Ulang Layanan di PT ASDP Indonesia Ferry (Studi Kasus Penumpang Rute Merak-Bakauheni). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(3), 192–203. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i3.69>
- Beno, J., & Silen, A. P. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (PESERO) Cabang Teluk Bayur). *Jurnal Saintek Martim*, 22(2).
- Chamhuri, N., & Batt, P. J. (2015). Consumer perceptions of food quality in Malaysia. *British Food Journal*, 117(3), 1168–1187. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2013-0235>
- Dewi, N. S. (2018). PERFORMA KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP DALAM MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK (STUDI KONSUMEN MINUMAN ISOTONIK DI KOTA SEMARANG). *Prosiding SENDI_U*.
- Erianti, V. D., Setyawati, S. M., & Suparno, C. (2023). PERAN SELF CONGRUITY DAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP BRAND LOVE. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 25(2), Article 2. <https://doi.org/10.32424/jeba.v25i2.11592>
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2020). *Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase*

pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan | Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jseb/article/view/1722>

- Faradila, F. A., & Shiddiqy, I. A. (2024). Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Digital Marketing Pada Produk Somethinc: Studi Pada Mahasiswa UNISMA. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1658>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Volume 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Hikmawati, F. (2020). *METODE PENELITIAN* (jl.raya leuwinanggung, no.112, kel.leuwinanggung, kec.teposa, kota depok 16956; Vol. 4). Rajawali pers. www.rajagrafindo.co.id
- 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(1), Article 1.
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>
- Ningrum, C. I., Bulan, T. P. L., & Meutia, R. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Perpindahan Merek Produk Skincare MS Glow di Aceh Tamiang. *JIM : Manajerial Terapan*, 2(2), Article 2.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (jl. garuda b 30 rt 1 rw 12 cipayung kec. ciputat, kota tangerang). Pascal Books Desember 2021.
- Priantoro, H. (2018). *Hubungan Beban Kerja dan Lingkungan Kerja dengan Kejadian Burn-Out Perawat Dalam Menangani Pasien Bpjs* (Jakarta).
- Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2021). Model Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), Article 2. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7305>
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-

- Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>
- Putra, E. (2018). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, ADVERTISING AND CUSTOMER SATISFACTION ON SMARTPHONE BRAND SWITCHING (CASE STUDY OF STIE PASAMAN STUDENTS). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.31846/jae.v6i3.99>
- Putri, N. S. M., Rinuastuti, B. H., & Mulyono, L. E. H. (2023). Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Dan Brand Image Terhadap Brand Switching Behavior Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pelanggan The Body Shop Di Indonesia). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i1.221>
- Qolbi, N., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian *Smartphone* Berdasarkan *Product Quality*, *Promotion* dan *Product Design*. *Jurnal Al-Amal*, 1(1), Article 1.
- Rachmanu, E. D., Purnomo, F., & Hartini, S. (2024). Peran Social Brand Engagement Dan Product Quality Terhadap Peningkatan Brand Awareness, Brand Association, dan Purchase Intention. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 198–210. <https://doi.org/10.26740/jim.v12n1.p189-210>
- Ramadhan, A. S., & Marpaung, N. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, dissatisfaction, Variety Seeking Terhadap Brand Switching Jasa Kurir J&T EXPRESS: *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v4i2.619>
- Rambing, G. O., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2023). Analisis Brand Image, Brand Trust dan Viral marketing terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), Article 3. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49346>
- Rosyidah, F. E., Cholidah, L. N., & Sulaeman, M. M. (2024). Pengaruh Prior Experince, Variety Seeking Dan Product Knowledge Terhadap Brand Switching. *Journal of Business Innovation and Accounting Research*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.56442/pc7hm568>
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian (Banguntapan, Bantul-Jogjakarta (Kantor I); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia <http://www.karyabaktimakmur.co.id/>
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (perumahan gerhana aluddin blok f nomor 24 Makasar). Pustaka Ramadhan Bandung.

- Salvariza, M., & Indriani, F. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap *Brand Switching* (Studi Pada Konsumen Produk Smartphone Samsung Di DKI Jakarta Yang Bepindah Merek). *Diponegoro Journal of Management*, 12(5). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/41786>
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta). Cv. Andi Offset.
- Sarah, Y., & Sutar, S. (2020). Pengaruh *Green Marketing, Corporate Social Responsibility* Terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 33–47. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.30>
- Sari, P. R., E.g, I. A. M., & Zoniarti, Z. (2023). The Influence Of Brand Image, Product Quality, And Price On Brand Switching Of Wardah Makeup In Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 3(2), 483–492. <https://doi.org/10.53697/emba.v3i2.1519>
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>
- Sinambela, L. P. & Sarton Sinambela. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Teoritik dan Praktik)* (Depok; 1st ed.). PT. RajaGrafindo Persada. <http://www.rajabrafindo.co.id>
- Sondakh, N. D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), Article 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43775>
- Sudaryana, B. (2018). *Metode Penelitian Teori dan Praktek Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta). Cv Budi Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Jl. gegerkalong 1 lilir no.84 bandung). Alfabeta, CV. www.evalfabeta.com
- Suiraoaka, I. P., Budiani, N. N., & Sarihati, I. G. A. D. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Bidang Kesehatan* (Yogyakarta). Pustaka Panasea.
- Suparno, S. S., Wenas, R. S., & Moniharapon, S. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador, Green Product* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skintific* Pada Mahasiswa FEB Universitas Sam Ratulangi Manad. 12(01).
- Umar, H. (2010). *Riset pemasaran & perilaku konsumen* (Jakarta). PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Utari, N. N. A., Wijaya, P. Y., & Suputra, G. A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>
- Waciko, K. J. (2022). Statistika Bisnis (Aplikasi Dengan SPSS) (desa banjaran rt 20/10 kecamatan bojongsari kabupaten purbalingga). Eureka Media Aksara.
- Wardani, A. N., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Product Quality dan Desain Interior terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro Gombang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i3.446>
- 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). <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/4246>
- 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), Article 2. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34660>
- Yazlisa, T., & Basiya, R. (2023). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Persepsi Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Word Of Mouth Terhadap Perpindahan Merek Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Semarang. *YUME : Journal of Management*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i2.4954>
- Yugistira, B., Oesman, I. F., & Suarna, I. F. (2024). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-Wom terhadap Brand Switching pada Pengguna Kartu Axis di Kota Bandung. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i2.9392>