

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J., Rantau, Y., Hamid, A., & Prayoga, Y. (2023). *Pengaruh Harga, Word Of Mouth, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Usaha UMKM Nasi Goreng Simpang Rantau Lama*. 8(3), 378–386.
- Akbar, A. A., Setyawati, N. W., & Sumantyo, F. D. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Kabia Jaya Motor (KJM) Pondok Timur Indah Bekasi. *Fibonacci: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 1(3), 142–154.
- Alamsyah, H. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Behavior Dari Konsumen Rokok Konvensional Ke Rokok Elektrik (Vape)*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Arifyantama, R. M., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Reference Group, Variety Seeking dan Price Terhadap Perilaku Brand Switching. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(5).
- Astuti, M., & A, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Aula, V., Rahayu, R., & Dwihandoko, T. H. (2024). *PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN WORD OF MOUTH (WOM) SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI KASUS PADA UD FARIDA JAYA PLASTIK MOJOKERTO)*. Universitas Islam Majapahit.
- Bengkel Barokah Jaya Motor Mojokerto*. (2026). Blimbingsari, Kec. Sooko, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61361.
- Caniago, A. (2022). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
- Djami, D. K., Witi, F. L., & Mude, A. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Sparepart dan Jasa Servis Motor. *SATESI*, 1(2), 49–54.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
- Febriansyach, M. Y., & Kusasih, I. A. K. R. (2022). Pengaruh Lifestyle, Kualitas Layanan, Tempat dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Barbershop SAN. *JEBDEKER*, 2(2), 10–20.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Qiara Media.
- Ghamry, S., & Shamma, H. M. (2022). Factors influencing customer switching behavior in Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 688–716. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0021>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, H., Dwihandoko, T. H., & Muslimin, M. (2023). The Influence of Total Quality Management (TQM), Reward Systems, and Performance Measurement Systems on Company Performance through Employee Productive Behavior As Mediation Variables in Garment Companies. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 6(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.31538/ijse.v6i1.2793>
- Hijriany, R. W., & Purwaningsih, S. S. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Perpindahan Merek pada Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 1(3), 112–127.
- 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*, 339–348.
- Komang, & Sintia. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali*. Universitas Hindu Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kusuma, S. Y. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Referensi, dan Fitur Produk Terhadap Perpindahan Merek Smartphone*. STIM YKPN Yogyakarta.
- Lestari, N. K. (2022). Brand Switching Behaviour Pada Produk Skincare Halal. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 4(2), 103–120.
- Maharani, A. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tabungan Bank Mega Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Mahfudin, D., Zunaida, D., & Chanafi, A. (2025). Analisis Perilaku Konsumen Brand Switching Produk Handphone. *JIAGABI*, 13(2), 284–292.
- Mohammad Rachman W, Minto Waluyo, R. H. N. (2025). *Structural equation modeling MINTO WALUYO*.
- Mundzir, M. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN PERPINDAHAN MEREK (BRAND SWITCHING INTENTION) (Pada Provider Xl Axiata di Kecamatan Mranggen)*.
- Noviantoro, R., Soleh, A., & Mardhatillah, T. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dalam Pembelian Produk Smartphone. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(1), 146–156.

- Nursalam. (2015). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis* (4th ed.). Salemba Medika.
- Pramesthi, J. A. (2019). *Pengaruh BTS sebagai Brand Ambassador Tokopedia terhadap Brand Switching*.
- Pratiwi, A. B., & Akbar, R. R. (2025). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian moisturizer Skintific. *RIGGS Journal*, 4(2), 1982–1992. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2032>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purba, M. A. (2022). Komunikasi pemasaran bengkel manggala motor dalam mengelola pelanggan. *At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam Dan Humaniora*, 6(1), 99–116.
- Ramadhan, A. S., & Marpaung, N. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Dissatisfaction, Variety Seeking Terhadap Brand Switching Jasa Kurir J&T Express. *Transekonomika*, 4(2), 132–146.
- Ristanto, H., Aditya, G., & Catur. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Bingkai Ekonomi*, 6(1), 58–71.
- Robinson, V., Zebua, P., Sianturi, C. M., & Simangunsong, R. M. (2024). Penerbit: LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik) *PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP PERILAKU BRAND SWITCHING PADA PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA KE SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA MEDAN*. 10, 486–497. <https://warungasep.net/2022/01/17/data-aisi>
- Safitri, D. A., Damarsiwi, E. P. M., & Abi, Y. I. (2025). The Effect Of Brand Image, Product Quality, And Price On Brand Switching. *Jurnal Pusat Manajemen*, 2(2), 147–154.
- Sembiring, T. B., & M., S. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. CV Saba Jaya Publisher.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. *Journal of Management*, 2(2).
- Sopiyan, P. (2021). *Pengaruh Customer Perceived Value dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Susanti, F., Barkah, C. S. T., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 23(1), 30–44.

- Tjiptono, F. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh promosi dan online customer reviews terhadap keputusan pembelian melalui minat beli (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 181–194.
- Veza, O., Arifin, N. Y., & Setyabudhi, A. L. (2021). Perpindahan Merek Produk Akibat Ketidakpuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3.
- Vikaliana, R., Pujianto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). *Ragam penelitian dengan SPSS* (M. Surur, Ed.).
- Zahra, I. A., & Dewi, S. S. (2021). Promosi, Ketidakpuasan Konsumen, Dan Kebutuhan Mencari Variasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE BII*, 1(1), 16–30.