

## DAFTAR PUSTAKA

- Arundina, Debora Ocvia. Dkk. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pada Konsumen Pembalut Wanita Charm (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 16 Edisi Khusus April 2016: 132–142.*
- Candra, Johan. (2014). Pengaruh Faktor Promosi, Kualitas Produk, Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 2, No. 3, Juli 2014.*
- Dianti, Ira. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Harga, *Variety Seeking* Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Di Mataram. *Jurnal Sangkareang Mataram Vol. 2, No. 3, Desember 2016.*
- Efendi, Ahmad & Jusmiati. (2017). Pengaruh Atribut Produk Dan Perilaku Pencarian Variasi Terhadap Perilaku Mahasiswa Berpindah Merek Ponsel Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uinam. *Jurnal Ide dan Inspirasi Vol. 4, No. 2, Desember 2017.*
- Faustine, Megan. (2015). Dampak Kebutuhan Mencari Variasi, Status Sosial, Kualitas, dan Iklan Terhadap Pengalihan Merek pada Produk Smartphone (Studi Kasus Pengguna BlackBerry Yang Beralih Ke Produk Smartphone lain di Surabaya). *iBuss Management Vol. 3, No. 2, (2015) 142-153.*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Kawengian, Rico Reski. (2015). Faktor Penentu *Brand Switching Behavior* Dalam Pembelian Produk Air Mineral Di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol. 3, No. 1 Maret 2015, Hal. 325-336.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Loprang, Jilly Vanessi. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Perpindahan Merek Mie Instan (Studi pada Mahasiswa di Kota Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 3, No.4, 2015: 332-345.*

- Medari, Hartono Satria. Dkk. (2017). Pengaruh Harga, Loyalitas Merek, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pada Konsumen Kartu Seluler Telkomsel. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 17 Edisi Khusus April 2017: 175–185.*
- Meutia, Rahmi. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Perpindahan Merek (Studi Kasus pada Produk Oriflame di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Keuangan Vol. 6, No.2, Nov 2017.*
- Peter, J., & C.Olson, J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9.* Jakarta: Salemba Empat.
- Saeed, Munazza. Ilhaamie Binti Abdul Ghani Azmi. (2014). Agama dan Perilaku *Brand Switching* Konsumen Muslim. *Middle-East Journal of Scientific Research 21 (9) : 1611-1617, 2014.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1.* Jakarta: Salemba empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2.* Jakarta: Salemba Empat.
- Shujaat, Sobia. Dkk. (2015). Faktor-faktor di balik Perpindahan Merek Industri Telekomunikasi di Pakistan. *Journal of Business Studies (JBS) Vol. 11, No. 2 (2015).*
- Statcounter GlobalStats. (2019). Data Market Share Smartphone Lenovo dan Smartphone Xiaomi. Diambil dari <http://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia#monthly-201601-201812>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.