

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis* (kedua). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ariani, Y. P. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Perpindahan Merek dengan Reference Group sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 8. No. 2. Hal. 189-210. 2014.
- Arianto, A. Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), pp. 294-305. 2013. Retrieved from <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/572s>
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Cahyono, A & D. Hamid & A. Kusumawati. The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Brand Switching. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.1, No. 1, Januari 2015.
- Candra, J. Pengaruh Faktor Promosi, Kualitas Produk dan Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 3, Juli 2014.
- David, G. S. 1996. Concurrent marketing analysis: a Multi Agent Model For Product, Price, Place, and Promotion. *Journal Marketing Intelligence & Planning*. Pp. 24-29.
- Davis, Fred D. 1989. "Measurement Scales for Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use".

- Dewi, P. D. S., I.W. Santika. Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Niat Beli Ulang *Online* di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.7, No. 8, 2018: 4124-4152.
- Ferdinand, A. 2002. "Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.1, No.1.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., dan I. Ajzen. 1975. Believe Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company*.
- Garga, E., Maiyaki, A., & Sagagi, M. Factors Influencing Brand Switching Behaviour of Mobile Phone Users and the Mediating Effect of Customer Satisfaction: A Literature Review. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*. 1-11. 2019. 10.9734/jesbs/2019/v29i130097.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginantra, K.G., N.P.N.E, Lestari., AAN.E.S, Gorda., & G.S, Darma. Effects of Promotion, Product Quality, Brand Image and Price on Customer Satisfaction and Brand Switching Decision. *International Journal of Management and Economics Invention*. Vol. 3, Issue 12, pp. 1514-1523. December 2017.
- Givon, Moshe. 2001. "Variety Seeking Through Brand Switching," *Marketing Science*, Vol.3, No.1, Winter, 1-22.

- Hartono, K., Wahyono. The Influence of Satisfaction, Variety Seeking, and Alternative Attractiveness to Switching Behavior Through Switching Intentions. *Management Analysis Journal*. Vol. 7. No. 3. 2018.
- Hawkins dan Mothersbaugh, 2010, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Tenth Edition. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Helichonia, H.D dan E. Soliha. 2019. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Perpindahan Merek Smartphone Blackberry ke Samsung. *Students' Journal of Economic and Management*, Vol. 8, No. 1.
- Hossain, M.R. Role of Corporate Image and Brand Promotion in Switching Behavior of Bangladeshi Consumers: An Empirical Study on Telecommunication Industry. *International Journal of Business and Tehnopreneurship*. Vol. 8, No. 3, October 2018. pp. 247-256.
- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta.
- Irena, Florencia. Pengaruh Daya Tarik Iklan TV dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Behaviour Smartphone Samsung. *Agora*, vol. 6, no. 2, 2018.
- Keaveney, S. M. 1995. Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*. Vol. 59, pp. 71-82.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.

- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Liu, C. (2002), "The Effects of Promotional Activities on Brand Decision in The Cellular Telephone Industry", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 11 No. 1, pp. 42-51.
- Loprang, Jilly Vanessi. "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.
- Lupiyoadi, R. & A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat..
- Maharani, R. 2017. "Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Pencarian Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Hand and Body Lotion". Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Lampung.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mazursky, David & Labarbera, Priscilla & Aiello, Al. 1998. *When consumers switch brands*. *Psychology and Marketing*. 4. 17 - 30.
10.1002/mar.4220040104.
- Mohsan, F., M.M, Nawaz., M.S, Khan., Z. Shaukat., & N, Aslam. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalti and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 2, No. 16, September 2011.

- Nagar, K. (2009). Evaluating the Effect of Consumer Sales Promotions on Brand Loyal and Brand Switching Segments. *Vision*, 13(4), 35-48.
- Oktariko, T., I.Farida. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek pada Konsumen Pembalut Wanita Kotex di Semarang. Jurusan Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Pantawis, S.dan R.S. Kristanto. Analisis Brand Switching Media Sosial. *Jurnal EBBANK*. Vol.7. No. 2. Hal. 111-123. 2016.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2002. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, E. W., Z. Arifin., K. Hidayat. Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 38. No. 1. 2016.
- Rahmat, Agus. Analisis Perilaku Brand Switching Dalam Pembelian Produk Handphone. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 1 (2). pp 18-21. 2011.
- Rao, Purba. 2006. *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.
- Saleh, M.A.H., A, Althonayan., A, Alhabib., E, Alrasheedi., & G, Alqahtani. Customer Satisfaction and Brand Switching Intention: A Study of Mobile Services in Saudi Arabia. *Expert Journal of Marketing*. Vol.3, Issue 2, pp. 62-72, 2015.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Leslie L, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Shukla, Paurav. Effect of product usage, satisfaction and involvement on brand switching behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 16 (4). pp 55-60. 2004.
- Spire Research and Consulting. Retrieved February 2 from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/535520-survei-spire-layanan-grab-lebih-disukai-pengguna>
- Srinivasan, Madhav. 1996. "New Insight Into Switching Behavior", *Marketing Research: A Magazine of Management and Applications*. Vol.8, Issue 3, September.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, B. A., I. Maftukhah. 2016. Analisis Pengaruh Perpindahan Merek Melalui Harga, Iklan, dan Ketidakpuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*. Vol. 5 (2).
- Survei Alvara. Retrieved from databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/11/survei-alvara-gojek-jadi-ojek-online-favorit-milenial
- Tamamah, A. Muhid. 2019. Kepuasan, Kepercayaan dan Brand Switching Konsumen Produk Kosmetik Berlabel Halal. *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 10, No. 2.
- Tjiptono, F., 2010. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi-Offset.

Top Brand Award. (2020). Top Brand Award Kategori Jasa Transportasi *Online*.

Retrieved January 30, 2020, from www.topbrand-award.com.

Wardani, H.P. 2010. “Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk, Harga Produk dan Iklan Produk Pesaing terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Sabun Pembersih Wajah Biore”.

Skripsi Tidak Dipublikasikan, Jurusan Manajemen, Universitas Diponegoro.

Wibawanto, R.A. dan H. Soesanto. 2012. Pengaruh Rendahnya Tingkat Kepuasan Konsumen, Harga dan Celebrity Endorses terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ponsel Sony Ericsson ke Ponsel China. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 1, No. 2. pp. 138-144.

Wibowo, E., D. O. Arundina., U. Sriwidodo. 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, No. 3, 2016.

Wu, H.C., C.F, Wei., & L.Y, Tseng. What Drives Green Brand Switching Behavior. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 36, No. 6, 2018. pp. 694-708.

www.duniaindustri.com. (n.d). Retrieved from <http://duniaindustri.com/market-size-transportasi/>

www.techfor.id. (n.d). Retrieved from <http://techfor.id/sejarah-startup/>