

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rossy Indriani, Y. P. (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.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Amanah, D., Hurriyati, R., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Harahap, D. A. (2017). Perilaku Store Switching Dalam Berbelanja Online. *Forum Manajemen Indonesia (FMI)* 9, 1–8. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/82JHV>
- Anang Firmasyah, B. W. M. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Anwar, R. solling H. D. S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Bebrasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- APJII. (2017). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017.
- APJII. (2021). Harapan 2021 APJII untuk Pemerintah Pusat dan Daerah demi Pertumbuhan Industri Internet RI.
- Astini, T. dan R. (2019). Perilaku Brand Switching Pengguna Telepon Seluler Smartfren. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 240–250.
- Astuti, H. J., & Santoso, S. B. (2020). Weakened Patient Loyalty Model at Beauty Clinics : Based on Variety Seeking Behavior , Dissatisfaction , Negative WOM and Brand Switching. *SHS Web of Conferences*, 01032. <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/shsconf/20208601032>
- Atika Zahari, S. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Produk

- Kosmetik Sariayu Di Kota Padang. *EcoGen*, 1 Nomor 4, 896–904.
- CNN Indonesia. (2020). Transaksi e-Commerce Capai Rp180,74 T per September 2020.
- Databoks. (2018). 2022, Penjualan e-Commerce Indonesia Mencapai US\$ 16 Miliar.
- Databoks. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia.
- Delbert Hawkins, D. M. (2016). *Consumer Behavior* (13th Editi). McGraw-Hill.
- Detikinet.com. (2021). Pengguna internet Indonesia Tembus 202,6 juta.
- Farida, A. Y. dan N. (2019). *Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek Melalui Variety Seeking Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa SI FISIP UNDIP Yang Pernah Menggunakan Smartphone Samsung Dan Berpindah Ke Merek Lain)*.
- Feriyanto, E. T. (2015). *Pengantar Manajemen (3in1) Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Kebumen: Mediatara.
- Fintikasari, I., & Ardyan, E. (2018). Brand Switching Behaviour In The Generation Y: Empirical Studies On Smartphone Users. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1), 23–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.23>
- Ghozali. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hawkins, Delbert dan Mothersbaugh, D. (2016). *Consumer Behavior. 13th Edition*. McGraw-Hill.
- Hery. (2018). *Manajemen Pemasaran*. jakarta: PT Grasindo.
- Iprice. (2021). Peta E-Commerce Indonesia.

- Irvindra, R. D., & Trinanda, O. (2020). *The Influence of Consumer Dissatisfaction , Product Quality , and Competitor Advertisement toward Brand Switching*. 02, 36–42.
- Jhon C Mowen dan Michael Minor. (2012). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto. (2011). *Konsep Dan Aplikasi Stuctural Equation Modelling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Juliandi, A. (2018). *Modul pelatihan Stuctural Equation Model Paertial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2538001>
- Kaihatu, T. S. (2015). *Manajemen Komplain* (Edisi Satu). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Khasanah, U., & Cahya, B. T. (2018). *No Title*. 1, 199–214.
- Kurniawan Arif Rahman. (2018). *Dasar-Dasar Marketing*. Yogyakarta: Quadrant.
- Lydia, S. M. (2021a). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap Penggunaan E-Wallet. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 339–348.
- Lydia, S. M. (2021b). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap Penggunaan E-Wallet. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 339–348.
- Malayu, H. (2016). *Manajemen : Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mareta, H. (2020). Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Kosmetik Pada Mahasiswa Psikologi Unesa. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07, 16–22.
- Mowen dan Minor. (2018). *Perilaku Konsumen (Jilid 2)*. jakarta: Erlangga.

- Noviantoro, R., Soleh, A., & Mardhatillah, T. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dalam Pembelian Produk Smartphone (Studi pada Pelanggan Duta Ponsel Bengkulu). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(1), 146–156.
- Peter, J. P. dan J. C. O. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- PP NO 71 Tahun 2019. (n.d.). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik*.
- PP NO 80 Tahun 2019. (n.d.). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Prasetya, A. yoga. (2020). Analisis Variety Seeking , Atribut Produk dan Price Terhadap Brand Switching dari Taks Konvensional ke Online. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers Analisis*, (November), 1–19.
- Puspitasari. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek Smartphone di Kota Bima. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* |, 2(1), 141–147. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.742>
- Rahdita, D. (2017). Pengaruh Negative E-WOM, Dissatisfaction Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Brand SK-II Dalam Forum Female Daily. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 190–197.
- Rahdita, Devina. (2017). *Pengaruh Negative E-WOM, Dissatisfaction Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Brand SK-II Dalam Forum Female Daily*.
- Rorin, D., Insana, M., & Johan, R. S. (2020). Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Penggunaan E-commerce. *Sosio E-Kons*, 12(2), 125–137.
- Safitri, A., & Septrizola, W. (2019). *Pengaruh Dissatisfaction , Variety Seeking ,*

Electronic Word of Mouth , dan Religiosity terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. 01, 26–35.

Sanawiri, D. R. B. (2017). Pengaruh Negative E-WOM, Dissatisfaction Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Pengguna Brand SK-II Dalam Forum Female Daily. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 190–197.

Saras Miranda Putri, Y. dan R. C. S. C. S. (2021). Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1694–1708.

Septiani, S., & Purwanti, R. S. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Elin Kosmetik Yang Berpindah Dari Sariayu Ke Wardah). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(September), 67–81.

SimilarWeb. (2021). Top Websites Ranking Top sites ranking for E-commerce And Shopping > Marketplace in Indonesia.

SindoNews.com. (2020). Industri e-Commerce Indonesia Tahun 2020 Akan Semakin Melesat.

Sofjan Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.

Solimun. (2012). *Permodelan Persamaan Stuktural Generalized Stuctured Component Analysis*. Universitas Brawijaya.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Tarmizi. (2019). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Ketidakpuasan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Simcard Telkomsel. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10–25.

Tati Handayani, M. anwar fathoni. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam*. Sleman: CV Budi Utama.

Tempo. (2020). Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024.

Uswatun Khasanah, B. T. C. (2018). Brand Switching Produk Kosmetik Halal: Ditinjau dari Aspek Daya Tarik Iklan Dan Variety Seeking. *AKTSAR*, 1, 199–214.

UU No 11 Tahun 2008. (n.d.). *Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*.

Wahyuni, D. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Susu Anlene Ke Merek Lain Di Foodmart Basko Grand Mall Padang. *EcoGen*, 1, 416–421.

Wahyuni, D., & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Susu Anlene Ke Merek Lain Di Foodmart Basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(2), 416. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4763>

Wibowo, M. G. M. (2020). Peran Ketidakpuasan Konsumen Dan Pencarian Variasi: Sebuah Studi Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2011), 80–86.

Wiji Kristanti. (2019). *Pengaruh Customer Dissatisfaction Dan Service Failure Terhadap Variety Seeking Dan Brand Switching (Studi Pada Mantan Pengguna Kartu Seluler Indosat Ooredoo Di Kabupaten Kebumen)*. 1–8.

Wulandari, H. I. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pelanggan Im3 Ooredoo Di Fisip Undip). *Jurnal Administrasi Bisnis, IX(Iv)*, 488–496.