

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M. Dan A. R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Retrieved From [https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Batxdwaaqbaj&Printsec=Frontcover &Dq=Buku+Manajemen+Pemasaran&Hl=En&Sa=X&Ved=0ahukewjuspdciooppahuuqh0khdfpby8q6aeiutae#V=Onepage&Q=Buku Manajemen Pemasaran&F=False](https://books.google.co.id/books?id=Batxdwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=buku+manajemen+pemasaran&hl=en&sa=x&ved=0ahukewjuspdciooppahuuqh0khdfpby8q6aeiutae#v=onepage&q=buku+manajemen+pemasaran&f=false)
- BASHORI, A. (2018). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung Ke Merek Smartphone Lain Di Wilayah Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–8.
- Candra, J. (2014). Pengaruh Faktor Promosi, Kualitas Produk , Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Ilmu Manajemen*, 2(3), 858.
- Devita, V. D. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. Retrieved From Iprice.Com Website: [https://Iprice.Co.Id/Trend/Insights/Top-E-Wallet-Di-Indonesia-2020/](https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/)
- Febriani, N. Dan W. W. A. D. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital: Beserta Studi Kasus* (1st Ed.; T. U. Press, Ed.). Retrieved From [https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Yxxrdwaaqbaj&Printsec=Frontcover &Dq=Perilaku+Konsumen&Hl=En&Sa=X&Ved=0ahukewi504yh2q3oahwhztggha9hda0q6aeiadah#V=Onepage&Q=Perilaku Konsumen&F=False](https://books.google.co.id/books?id=Yxxrdwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=perilaku+konsumen&hl=en&sa=x&ved=0ahukewi504yh2q3oahwhztggha9hda0q6aeiadah#v=onepage&q=perilaku+konsumen&f=false)
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Books.
- Ferdinand, A. (2014b). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF BOOKS.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Retrieved From [https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Fz6nDwAAQBAJ&Printsec=Frontcover&Dq=Manajemen+Merek&Hl=En&Sa=X&Ved=0ahukewjswpc4yk3oahuv7xmbhchrb-MQ6AEIXDAF#V=Onepage&Q&F=True](https://books.google.co.id/books?id=Fz6nDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen+merek&hl=en&sa=x&ved=0ahukewjswpc4yk3oahuv7xmbhchrb-MQ6AEIXDAF#v=onepage&q&f=true)
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014a). *Sctructural Equation Modeling , Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th Ed.). Semarang: Universitas Diponogoro.
- Ghozali, Imam. (2014b). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan*

PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) (4th Ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Ginantra, K. G. (2018). Effects Of Promotion, Product Quality, Brand Image And Price On Customer Satisfaction And Brand Switching Decision (A Case Study On XI Cellular Card Users In Denpasar City, Bali, Indonesia). *International Journal Of Management And Economics Invention*, 3(12), 1514–1523. <https://doi.org/10.18535/ijmei/V3i12.03>

Harahap, D. A. (2017). *Perilaku Store Switching Dalam Berbelanja Online*. (November), 8–10. <https://doi.org/10.31219/osf.io/jw6sa>

Hati, R. M. (2019). Dampak Cashless Society Bagi Milenial Dan Cara Menghadapinya. Retrieved From Blog.Mokapos.Com Website: <https://blog.mokapos.com/dampak-cashless-society-bagi-milenial>

Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Retrieved From <https://books.google.co.id/books?id=-Cszdwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=Manajemen+Pemasaran&hl=en&sa=X&ved=0ahukewixq83si4ppahurx30khcnuagwq6aeimjab#v=onepage&q=Manajemen+Pemasaran&f=false>

Indrawati, Y., & Untarini, N. (2017). Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–11.

Jatmiko, M. R. (2017). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Atribut Produk Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Kartu Seluler*. 8(11), 68–79.

Juliandi, A. Dan S. M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi*. Retrieved From <https://books.google.co.id/books?id=0X-Rbaaaqbaj&printsec=frontcover&dq=Buku+Juliandi&hl=en&sa=X&ved=0ahukewic7qbfippahu7gusfhrc-Bxyq6aeikzaa#v=onepage&q=Buku+Juliandi&f=false>

Junaedi, N. L. (2020). Tren Penggunaan E-Wallet Di Indonesia, Mana Yang Unggul? *Ekrut.Com*. Retrieved From [Tren Penggunaan E-Wallet Di Indonesia, Mana Yang Unggul?](http://TrenPenggunaanE-WalletDiIndonesia.com)

Kasmo, A. B. P., & Jayanti, R. (2018). Studi Brand Switching Behavior Dari Taxi Meter Konvensional Ke Taxi Online. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 238–257. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.33>

Kompasiana. (2016). Perdagangan Elektronik(E-Commerce). *Kompasiana.Com*. Retrieved From <https://www.kompasiana.com/lajus5tdhdtk/57104f15cf7a611f06e08ab0/perdagangan-elektronik-ecommerce>

Kuncoro. (2010). *Masalah, Kebijakan, Dan Politik Ekonomika Pembangunan*

Sarah Michelle Lydia Hutaauruk, 2021

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND SWITCHING TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Mudrajad Kuncoro.

- Liputan6. (2020). Transaksi Digital Meningkatkan Saat Pandemi, Gojek Siapkan 3 Pilar Untuk Jamin Keamanan Pengguna. *Liputan6.Com*. Retrieved From https://id.berita.yahoo.com/transaksi-digital-meningkat-saat-pandemi-113349486.html?guccounter=1&guce_referrer=Ahr0chm6ly93d3cuz29vz2xllmnvbs8&guce_referrer_sig=AQAAADR-Ghfnmygyy3my3ket94v3yp28ilx5ouatvdegvz5jltypdazgd5kfl2i6i2tddkuv5y8lghcs8c5myylvdj_T
- MN, S. (2020). Ipsos Media Conference - Strategi Menang Tanpa Bakar Uang. Retrieved From Ipsos.Com Website: <https://www.ipsos.com/en-id/ipsos-media-conference-strategi-menang-tanpa-bakar-uang>
- Pantawis, S., & Kristanto, R. S. (2016). Analisis Brand Switching Media Sosial (Studi Pada Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berbisnis Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Semarang). *Ebbank*, 7(2), 111–123. Retrieved From <http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/99>
- Primaningtyas, M. (2012). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XI(3), 283–300.
- 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), 287–295. <https://doi.org/10.31846/jae.v6i3.99>
- Redaksi Bisnis UKM. (2019). *Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Retrieved From <https://bisnisukm.com/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan.html>
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Retrieved From <https://books.google.co.id/books?id=Ruvwdwaaqbaj&pg=PA126&dq=Pemasaran+Merek&hl=en&sa=X&ved=0ahukewibnudw0q3oahxtzcskhsg9d1uq6aeiozac#v=onepage&q=Pemasaran+Merek&f=false>
- 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.
- Saldanha, E. De S. (2016). *Bab Ii Kajian Pustaka 14082016*. 2009, 5–14.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyowati, D. (2019). Riset: Kalahkan OVO, Gopay Paling Banyak Digunakan Tahun Ini. *Katadata.Co.Id*. Retrieved From <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c5442912/riset->

Sarah Michelle Lydia Hutaeruk, 2021

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND SWITCHING TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Kalahkan-Ovo-Gopay-Paling-Banyak-Digunakan-Tahun-Ini

- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, N. W. (2020). Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen. *Jurnal.Id*. Retrieved From <https://www.jurnal.id/id/blog/perilaku-konsumen-pengertian-dan-faktor-yang-mempengaruhinya/>
- Wibisana, Y., & Astuti, Sri Rahaayu Tri. (2016). Analisis Pengaruh Atribut Produk , Mouth Terhadap Perilaku Keputusan Perpindahan Merek Laptop Hewlett-Packard (Hp) Ke Asus. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–13.
- Zahari, A. Dan S. E. (2018). *Ecogen Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Kosmetik Sariayu Di Kota Padang Atika Zahari , Susi Evanita Jurusanpendidikanekonomifakultasekonomiuniversitasnegeri Padang Jln . Prof . Dr . Hamka , Air Tawar , Kota Padang Ecogen. 1.*