

DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, E. A., Calista, N., Muhtadiin, R. R., Handayani, P. W., & Larasati, P. D. (2023). User switching intention from E-marketplace to E-pharmacy: The Influence of push, pull, and mooring factors. *Informatics in Medicine Unlocked*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2023.101404>
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., Abduh Anwar, M., Mere, K., Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar, P., Negeri Makassar, U., Muhammadiyah Sidenreng Rappang, U., & Wisnuwardhana, U. (2023). The Effectiveness Of Using Celebrity Endorsers On Consumer Behavior And Product Purchasing Decisions: Literature Review Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Atifah Murni, & Rahmidani Rose. (n.d.). *Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Brand Switching Produk Smartphone Samsung Ke Merek Lain*. 5(1), 2022. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Bala, T., Jahan, I., Mahbubar Rahman, M., Golam Rabbani Mondal, A., & Ray, A. (2020). Factors Influencing Brand Switching of Smartphones among University Students: A Study on Bangladesh. In *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)* (Vol. 7). www.internationaljournalssrg.org
- Cialdini, R. B. (2021). *The Psychology of Persuasion*.
- Czinkota et al. (2021). *Marketing Management*. <http://www.>
- Fiona Juliyati Poetri. (2022). “*Pengaruh Brand Ambassador, Promotion, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Online Marketplace Tokopedia*.”
- Firmansyah, M. A. (2020). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)(Cetakan ke-1). Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate edisi 10*.

- Gilang, A., Abrilia, H., & Setyawati, M. S. (n.d.). *PENGARUH REFERENCE GROUP, ATRIBUT PRODUK, DAN VARIETY SEEKING TERHADAP BRAND SWITCHING KAMERA DSLR NIKON DAN CANON KE SONY MIRROLES DI KABUPATEN KEBUMEN*.
- Hair et, all. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2022)*.
- 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*, 2(1), 339–348.
- Khimuray, A. M. I., & Panjaitan, T. W. S. (2023). *The Roles of Variety Seeking, Price, and Customer Satisfction in Customer's Decision in Brand Switching of Disney Hotstar*.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2018). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Maharani, S., & Farida, S. N. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP BRAND SWITCHING PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA* (Vol. 7, Issue 1).
- Miranda Putri, S., & Colia Sembiring, R. (n.d.). *ANALISIS BRAND SWITCHING PADA ONLINE MARKETPLACE SHOPEE OLEH GENERASI Z* (Vol. 2).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai->
- Musnaini. (2022). *EKONAM: Jurnal Ekonomi Impact of Variety Seeking, and Elektronik Word of Mouth of Cosmetic Brand Switching (Studi Pada Industri Kosmetik di Indonesia)*. <http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/ekonam>
- Nanda, G., Pulasari, D., Gde, T., & Sukawati, R. (n.d.). *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Nugroho, D. A. (2020). Cite this article as: Nugroho, Dian Ari. 2020. The Effect of Electronic Word-Of-Mouth, Product Features, and Lifestyle on Brand-Switching Among Millennial Consumers in E-Commerce Industry. *Journal of Applied Management (JAM)*, 18(4), 808–813.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam>

- Nurhasanah. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM: pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 331–357.
- Nurkharisma, E. A., Yani, B. A., & Hamidah, R. A. (2022). KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GRAB FOOD DITINJAU DARI HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK (Studi Pada Pelanggan GrabFood Di Kota Surakarta). *KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA GRAB FOOD DITINJAU DARI HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK (Studi Pada Pelanggan GrabFood Di Kota Surakarta)*.
- Pirdaus, A., Danial, R. D. M., & Ramdan, A. M. (2020). Analisis Efek Komunitas dan Electronic Word Of Mouth terhadap Brand Switching Produk Xiaomi Pocophone ke Oppo F9 di RNY Communication Kota Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i1.1220>
- Putu, I., Dana, A., Gde, I., Warmika, K., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN, SERTA VARIETY SEEKING TERHADAP PERILAKU BRAND SWITCHING*. 12(05), 853–860. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Rahmawati, E., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Brand Trust, Electronic Word of Mouth, dan Variety Seeking Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1262–1278. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3743>
- Ro'azah, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12, 6–25.
- Safira Melya Ramadhanti. (2023). “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Advertising Terhadap Brand Switching Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Shopee Di Semarang.”
- Sakinah. (2023). *Pengaruh Variety Seeking, Dan Iklan Terhadap Brand Switching Dari Shopee Ke Tiktokshop Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2022) (Doctoral dissertation, UIN. KH. 1–23.*
- Sang, H., Xue, F., & Zhao, J. (2018). What Happens When Satisfied Customers Need Variety? –Effects Of Purchase Decision Involvement

- and Product Category on Chinese Consumers' Brand-Switching Behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 30(3), 148–157. <https://doi.org/10.1080/08961530.2018.1423662>
- Santoso, & Maharani, A. (2024). Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 2(02), 59–66.
- Savitri, C., & Maemunah, M. (2021). BRAND SWITCHING MODEL AGAINST CONSUMER DISSATISFACTION ON THE SHOPEE MARKETPLACE TO OTHER MARKETPLACES. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.30988/jmil.v5i2.1153>
- Solomon. (2020). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being 13th Edition*. www.pearson.com/mylab/marketing
- Ubaidillah, M. R., & Sukmono, R. A. (2023). Social Network Analysis: User Responses to Lazada Marketplace Promotions. *Academia Open*, 8(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.8.2023.4023>
- Wang, Y., & Xiao, Z. (2022). The Dual Effects of Consumer Satisfaction on Brand Switching Intention of Sharing Apparel. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/su14084526>
- Wantika Indah Lestari, N., Hasanah, K., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA MADIUN)*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Wardhani. (2024). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Switching Traveloka (Studi Pada Pengguna Traveloka di Surabaya)*.
- Wiguna, W. (2023). “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dari Tokopedia Ke Shopee Di Indonesia”. “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dari Tokopedia Ke Shopee Di Indonesia*”.
- Wijayanti, R. F., & Kusumawardhani, N. I. (2023). Push, Pull, and Mooring Effects on E-Commerce Customer Switching Intention. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 06(08). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i8-55>

Wu, H. C., Wei, C. F., Tseng, L. Y., & Cheng, C. C. (2018). What drives green brand switching behavior? *Marketing Intelligence and Planning*, 36(6), 694–708. <https://doi.org/10.1108/MIP-10-2017-0224>