

## DAFTAR PUSTAKA

- Abisatya, Diaz. (2009). *Competitive Advertising* serta Dampaknya pada Perilaku. Brand Switching Konsumen. Vol. X, No. 1, Maret 2009, h. 1-16.
- A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko. (2004). *Power Branding*, Jakarta : Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Adi, A. Z., & Ratnasari, S. L. (2015). Pengaruh komitmen organisasi, penghargaan dan kepuasan kerja terhadap perputaran karyawan pada Perbankan Syariah di Kota Batam. *Etikonomi*, 14(1), 35–50.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020, 1–146. <https://apjii.or.id/survei>
- Acharya, A., & Gupta, O. p. (2014). *Influence of Peer Pressure On Brand Switching Among India College Students*.
- Arianto, Bagus Anandhitya. (2011). “Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan *Brand switching* dari Samsung *Galaxy Series* di Kota Malang”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol.11. No.2
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Armazura, D. F., Evanita, S., & Tasman, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap BrandSwitching Laptop Merek Axioo pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 107–115. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/5439>
- Anwar, C. (2007). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Survey Produk Susu, Teh, dan Kopi). *Jurnal Arthavidya* , Tahun 8, No.1., Februari, h.69-76
- Buzzell, Robert D and Bradlu.T Gale. (1987). “*Market Share-a key to Probability*”.,*Harvard Business Review*, January/February.,Vol.53. Iss 1., p.97-106.
- Cateora dan Graham. (2007). *Pemasaran Internasional*, Edisi 13, Buku 2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Chang, H. Sheng, Tser-Yieth Chen dan Chein Ming Tseng. (2009). *How Cause Related Marketing Influence Customer Value in Banking Industry?. Contemporary Management Research*, Vol. 5. No. 4. Pages 343-368

- Chien-chang, Kuo et.al. (2014). *The Impact Of Website Quality and Perceived Trust On Customer Purchase Intention in the Hotel sector: Website Brand and Perceived Values as Moderators*. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5 (4).
- Chaohui, Wang, Lin, Lu, & Qiaoyun, Xia. (2012). *Impact of Tourists' Perceived Value on Behavioral Intention for Mega Events: Analysis of Inbound and Domestic Tourists*. *National Natural Science Foundation of China*. Vol. 22 No. 6 pp. 742–754.
- Cornelisz, S. (2009). Analisa faktor Penyebab Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Konsumen pasta gigi pepsodent di Manado. *Adiwidia Edisi Juli 2009*, No.2.
- Company Profile IndiHome. Diakses 22 Juni 2021 pada World Wide Web <https://indihome.co.id/>
- Company Profile Telkom. Diakses 20 Juni 2021 pada World Wide Web <https://telkom.co.id/>
- Cooper dan Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Erlangga
- CNBC Indonesia. (2021). Tentang Kami. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tentang-kami>
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Damayanti, C. & Wahyono. (2015). Pengaruh *Product quality, Brand Image* Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*. Vol 4, No 3
- Dharmmesta, B.S. (2002). Perilaku Beralih Merek Konsumen dalam Pembelian Produk Otomotif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Vol. 17, No. 3, 288-303
- Dewi, Pramesti Kharisma. (2014). “Analisis Pengaruh Atribut Produk, Perilaku Mencari Variasi dan Promosi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Studi Kasus Pada *Ex* Pengguna Smartphone Merek Blackberry di Semarang)”. Skripsi: Universitas Diponegoro Semarang
- Edho Ferjuangga Putra. (2011). Analisis Ketidakpuasan Pasca Konsumsi, Harga, Iklan Terhadap Keputusan *Brand switching* Sepeda Motor Honda.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Eresi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Garga, E., Maiyaki, A. A., & Sagagi, M. S. (2019). *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*, 29(1), 1–11.

<https://doi.org/10.9734/jesbs/2019/v29i130097>

- Gronroos, C. (1984). *A Service Quality Model and Its Marketing Implication*. *European Journal of Marketing*, Vol. 8, Issue 4.
- Hanif Aulawi. (2016). “Kepuasan Konsumen, Biaya Berpindah, Persepsi Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Penyedia Jasa Internet Telkom *Speedy*”. *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 4, No. 1, Juni 2016 ISSN: 2527-9769
- Huang, B., Kechadi, M. T., & Buckley, B. (2012). *Customer churn prediction in telecommunications*. *Expert Systems with Applications*, 39(1), 1414–1425. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.08.024>
- Incha Restafanti Kahimpong, Maria V.J Tielung. (2016). *The influence of Consumer Perception on purchase Intention of using indihome Product in manado City* (Pengaruh persepsi konsumen terhadap niat pembelian pada penggunaan produk Indihome dikota manado) *Jurnal EMBA Vol 4 No 1 Maret 2016 Hal: 1381-1391*
- IndiHome. (2020). “Apa Itu IndiHome,” my-indihome.com [Online]. Available: [https://my-indihome.com/blog/apa-itu-indihome-kelebihankekurangan/amp/#Apa Itu IndiHome Kelebihan Dan Kekurangan IndiHome](https://my-indihome.com/blog/apa-itu-indihome-kelebihankekurangan/amp/#Apa%20Itu%20IndiHome%20Kelebihan%20Dan%20Kekurangan%20IndiHome)
- Johan Candra. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 1130–1139.
- Khasanah. A. U dan Kuswati. R. (2013). Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi perpindahan merek pada produk *Smartphone*. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.17, No.2
- Kotler & Keller, Kevin Lane. (2007). *Marketing Management*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2008). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta. Erlangga.
- Kotler. (2016). *Marketing Manajement, 15th Edition Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall*.
- Kumar V, Jones E, Venkatesan R, Leone RP. (2011). *Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing?* *Journal of Marketing*, 75(1):16-30.
- Kuswati, Rini dan Khasanah. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Merek pada Produk *Smartphone*. Seminar Nasional dan *Call for Paper*. Diakses 12-01-22.
- Laura, N. (2016). *The Effect of Trust and Service Quality Toward Patient Satisfaction with*

- Customer Value as Intervening Variable. Binus Business Review*, 7(2), 157.  
<https://doi.org/10.21512/bbr.v7i2.1589>
- Liang D, Ma Z, Qi L. (2013). *Service quality and customer switching behavior in China's mobile phone service sector. Journal of Business Research*. 66(8):1161-7.
- Lobo, A., Maritz, A. and Mehta, S. (2007). *Enhancing Singapore travel agencies' customer loyalty: An empirical investigation on customers' behavioral intentions and zone of tolerance. International Journal of Tourism Research*, 9, 485-495
- Lupiyoadi,R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Manuadi, I Gede, Yasa. (2011). *Analisis Perilaku Beralih pada Konsumen Jasa Telekomunikasi Seluler Di Kota Denpasar*. Tesis tidak diterbitkan. Denpasar : Universitas Udayana Denpasar
- Murray dan Howart, (2002). *The Relationship Among Service Quality, Value, Satisfaction and Future Intention of Customer at Australian Sports and Leisure Center. Sport Management Review, Volume 5*, pp. 25-43
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Netty Laura.S & Siska Natalia Siringo Ringo. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. Journal of Management and Business Review*. Vol 14. No. 2 Pp. 258 – 284.
- Nurulia Khairani. (2011). “Analisis pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Konsumen, Iklan, *Word of Mouth* dan Karakteristik Kategori Produk Terhadap Keputusan *Brand switching* Pada Sabun Pembersih Wajah”.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offest.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 4 (IV; Andang, Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi
- Tlasi Wulandari. (2013). “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk,Harga Produk dan Iklan Produk Pesaing Terhadap *Brand switching*”.
- Rahayu, Y. M., Budiyo, R., & Rachmawati, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di PT Telkom Semarang. *Jurnal Capital*, 3(2), 20–29.

<http://capital.stiesemarang.ac.id/index.php/capital/article/view/36>

- Setiadi J Nugroho. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Sanchez-Fernandez, R., & Iniesta-Bonillo, A. M. (2007). *The Concept of Perceived Value: A Systematic Review of the Research. Marketing Theory*, 7 (4), 427-451
- Sumarni. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar – Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Kelima. Liberty: Yogyakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2008). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Suryani. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Srinivasan, M. (1996). *New Insight into Switching Customer Behavior. Journal of Marketing Research* Vol.8 No.3 (Fall1996).27-28. University Microfilms International, a Bell and Howell Company. Michigan
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy., & Anastasia Diana. (2019.) *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi offset
- Tobergte, D. R., & Curtis, S. (2013). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Beralih Merek (*Brand Switching*) Ke Kartu Perdana Telkomsel. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Zahrani Marichs, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>
- Utami, R. (2019). Analisis Respon Mahasiswa terhadap Penggunaan Google Classroom Pada Mata Kuliah Psikologi Pembelajaran. *Penelitian*, 498
- Vlachos, P.A. & Vrechopoulos P.A., (2008) *Determinants of behavioral intentions in the mobile internet services market, Journal of Services Marketing*, vol. 2, no. 4, p. 280–291.
- Vranakis, S., Chatzoglou, P., & Mpaloukas, A. (2012). *Customer Satisfaction of Greek Mobile Phone Services. International Journal of Managing Value and Supply Chains (UMVSC)*, 3(4), 43-54. doi:10.5121/ijmvsc.2012.3404