

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek*, Terjemahan. Jakarta: Mitra Utama
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Malang, AE Publishing.
- Astuti & Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Desi, A. (2016). Upaya Meningkatkan Keterampilan Menulis Persuasi Dengan Menggunakan Pendekatan Proses Dan Media Poster Pada Siswa Kelas X SMA N 1 Kretek Bantul. Jakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2016). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York: McGraw - Hill.
- Huda, M. (2018). *Blended Learning : Improvisasi dalam Pembelajaran Menulis Pengalaman (Blended Learning: Improvisation in Experience Writing Learning)*. Unimus, 8(2), 117–130. <https://doi.org/10.26714/lensa.8.2.2018.117-130>.
- Kertamukti, R. (2019). Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Keller, K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Brand Image (Vol. 5)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Armstrong, G, M. 2017. *Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson*.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education*.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran, Depok: Khalifah Mediatama.
- Mangkunegara, A.A.A. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya Offside.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Musnaini dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.

- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- 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.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku konsumen: teori dan peranannya dalam pemasaran*. (2 Ed). Ghalia Indonesia: Bogor.
- Tjiptono, F. dan Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.
- Yuniarti, S. (2015). *Asuhan Tumbuh Kembang Neonatus Bayi: Balita dan Anak Prasekolah*. Bandung : PT Refika Aditama.

Jurnal

- Adnan. (2018). "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe." *Jurnal Visioner & Strategis* 7.2. September 2018 ISSN : 2338-2864 p. 1-9.
- Al-kayyis, H., K, dan Susanti, H. (2016). Perbandingan Metode *SomogyiNelson* dan *Anthrone-Sulfat* pada Penetapan Kadar Gula Pereduksi dalam Umbi Cilembu (*Ipomea batatas L.*). *Jurnal Farmasi Sains dan Komunitas*. Vol 1 (2): 81- 89. Diakses dari: <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/JFSK/article/view/191>.
- Amin, H. (2021). Pengaruh Atribut Produk Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. Vol. 7 No. 2 (2021): *JURNAL Ekonomi Bisnis EKUIVALENSI*.
- Arnold, M. J. Dan Reynolds, K. E.. (2016). *Hedonic Shopping Motivation*. *Journal of Retailing*. Vol. 9: 77-95.
- Anik, L. A. dan Eka C. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* Vol. 5, No. 2. Pp. 189-202.
- Asri, O., & Rozy, K. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Serta *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Trust* Dan Pembentukan *Brand Loyalty* Pada Pelanggan *C'bezt Friedchiken* Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269- 282.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN, *journal of management Review* ISSN-P : 2580-4138 ISSN-E 2579-812X <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview> Volume 5 Number 1 Page (621-631).

- Bashori, C. N. A., & Krismariono, A. Ekspresi TGF- β 1. (2018). Setelah Pemberian Ekstrak Gel Aloe Vera Pada Soket Pencabutan Gigi Tikus Wistar. *Jurnal Biosains Pascasarjana*.
- Chandran, S. R., Rangarai, H., & Parayitam, S. (2020). *The effect of brand awareness and use, product awareness and use on brand and product satisfaction: A study of Ayurveda products from India*. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 16(2), 103-121.
- Cholilawati, A. & Suliyanthini, D., (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), pp. 18-24.
- Dianti, I. (2016). PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA, VARIETY SEEKING DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK SMARTPHONE DI MATARAM. *Jurnal Sangkareang Mataram*. Volume2, No.3, September 2016 ISSN : No.2355-9292.
- Harjadi, D., & Nurfatimah, S. (2021). *Brand Switching Behavior From Samsung To Oppo Among Millenials*. *TRIKONOMIKA*, 20(1), 41-46.
- Hidayat, A., Soesanto, H., & Mahfudz, M. (2018). *THE EFFECTS OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND ATTRIBUTES RELATED TO SERVICE AS BRAND SWITCHING ANTICIPATION AND THEIR IMPLICATION ON CUSTOMERS'SATISFACTION*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(3), 203-220.
- Kasmo, A. B. P. & Riska J.. (2018). *Studi Brand Switching Behavior dari Taxi Meter Konvensional ke Taxi Online*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 1, Nomor 2, Maret 2018*.
- Kusmanto, K., & Rahmawati, P. R. (2022). PENGARUH KETIDAKPUASAN, ATRIBUT PRODUK, DAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI TERHADAP PERPINDAHAN MEREK SMARTPHONE ASUS KE SMARTPHONE LAIN (Studi Kasus Pada Konsumen Sinar Mas Seluler Cabang Tlogosari Semarang). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 4(1), 74-85.
- Luxkanalode, W. (2016). *The intra-relationship between product attributes, product benefits and credit cardholders' brand switching behavior*. *Master of Business Administration Journal*.
- Nugroho, M. A., & Hidayati, L. L. A. (2021). Pengaruh *Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang*. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang*, 5 Agustus 2020. ISSN 2662-9404.
- Puspita, W., & R, Nugrahani (2014). Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Mengenai Atribut Obat Herbal Merek Tolak Angin Sido Muncul li Kota Bandung. *Jurnal; Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Mengenai Atribut Obat Herbal Merek Tolak Angin Sido Muncul Di Kota Bandung*.
- Putri, S. M., Yuliniar, Y., & Sembiring, R. C. (2021). ANALISIS BRAND SWITCHING PADA ONLINE MARKETPLACE SHOPEE OLEH GENERASI Z. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1694-1708.

- Ramadani, S., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Dealer Amanah Lubuk Alung.
- Reynaldi, R., & Astuti, P. B. (2021). PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ADVERTISING DAN KETIDAKPUASAN TERHADAP BRAND SWITCHING (Studi Pada Pasta Gigi Merek Ciptadent Ke Merek Lain di Kecamatan Kebumen). *Jurnal Reno Reynaldi (145501940) ref. eprints.universitaspotrabangsa.ac.id*.
- Sahrir, Ahmad dkk. (2019). Pengaruh bauran pemasaran dan *word of mouth (wom)* terhadap minat beli ulang. (JUMBO) *Jurnal Manajemen Bisnis Organisasi Vol. 3 No. 2*.
- Siahaan, H. D. & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Victoria's Secret* (Studi Pada Konsumen *Victoria's Secret* di PVJ Bandung). *ISSN : 2355-9357. eProceeding of Management : Vol.3, No.1. Pp. 497-505*.
- Srihadi, T. F., Sukandar, D., Soehadi, A. W. (2016). *Segmentation of the tourism market for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies. Journal : Tourism Management Perspectives : Vol.19. Pages. 32-39*.
- Widjaja, Y. G. (2019). *Effect of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality and Brand Loyalty on Purchasing Decision: Case Study on ACE Hardware Indonesia Consumers. International Journal of Advanced Engineering, Management and Science, 5(9), 542-548*.
- Yosef, A., S. (2017). Pengaruh *Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Dan Brand Image* Terhadap *Brand Equity* Pada *Brand Happy Baby*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 5. Pp. 601-610*.

Website

- <https://docplayer.info/> (diakses tahun 2022)
- www.Suaramerdeka.com (diakses tahun 2022)
- www.topbrand-award.com (diakses tahun 2022)
- <https://www.sehataqua.co.id/> (diakses tahun 2022)
- <https://kompas.co.id/> (diakses tahun 2022)