

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. A. (2020). Switching Intentions Among Millennial Banking Customers to Fintech Lending. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/ijief.3230>
- Apriliana, S. 2022. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>.
- Apriliani, D., Suhardoyo, & Elvira, L. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ruko Cempaka Mas. *Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arief. M. M., Hermina, D., & Huda, N. (2022). Teori Habit Perspektif Psikologi Dan Pendidikan Islam. *Ri'ayah: Jurnal Sosial dan Keagamaan*. Vol. 7, No. 01. 62-74.
- Asrawan, Romadhoni, B., & Mappatempo, A. (2022). *Switching Intention Dalam Memediasi Hubungan Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen*. 3, (3).
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Astuti, M. & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Astuti, Y., Zarman, N., Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang Abstrak, S. (2019). Perilaku *Switching Behavior* Pelanggan *Electronic Commerce (e-Ceommerce)* di Kota Langsa dengan Model Migrasi Konsumen Push, Pull Mooring. In *SIMEN (Akuntansi dan Manajemen) STIES* (Vol. 10) 1. 9-12.
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). “Migrating” to new service providers: Toward a unifying framework of consumers’ switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96–115. <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Djusmin, V. B., & Dirgahayu, R. T. (2019). Push Pull Mooringdan Pyschological Ownershipterhadap PerilakuBeralih Pelanggan Instant Messaging. *Indonesian Journal of Information System*, 2(1). 1-12.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Eldhia, A. M., & Iriyanty, I. (2022). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Gamification dan Enjoyment Dalam Shopee Games terhadap Online Purchase Intention pada

- Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*. Vol. 45 No. 2. 111-127.
- Erowin, H. & J. (2023). Pengaruh Daya Tarik Tawaran Pesaing dan Kemudahan Pelayanan Kredit terhadap Keinginan Meminjam dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Anggota Cu Muara Kasih). *Jurnal Khatulistiwa Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(04), 236–254. <https://doi.org/10.26418/Ejme.V10i01.62290>
- Firdausi, A. S. M., & Dhammesta. B. S. (2023). The Effect of Push, Pull, and Mooring Factors on Customers' Switching Intention to Green Cosmetics. *Gadja Mada International Journal of Business*. Vol. 25, No. 3. 327-354.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibrani, M. H. A. & Yusuf, R. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Nn Garut) Moch Hadiyan Al Gibrani Ramayani Yusuf. *Jurnal Manajemen Tsm*, 3(1), 35–46. <http://jurnaltsm.id/index.php/EJMTSM>.
- Griffin, Ricky. W. (2021). Manajemen edisi 7 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Hartoyo, Y. N., & Sutarso, Y. (2024). Mengungkap Peran Norma Subjektif, Cinta Merek, dan Advokasi Merek terhadap Niat Beli: Studi pada Pembelian Online Saat Even Harbolnas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 221–240. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7125>
- Hendyana, Y. & S. A. M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jne Express Pondok gede. *Jurnal Mediastima*, 27(2), 153–169.
- Ismadi, H. F. (2022). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variabel. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 20(2), 72-85.
- Jung, J., & Han, M. H. (2017). Travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework. *Tourism Management*, 59, 139–153.
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). Analisa 7p Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Pada Perumahan Grand Sutawangi Majalengka. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 10(1), 13–20. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Kasiha, W. N. T., & Lumanauw, B. (2023). The Effect Of Brand Experience, Affective Commitment, And Brand Trust On Brand Loyalty On Caf Ngopijo Consumers In Manado. In *644 Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3). 644-655.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Phite Keller, K. L. (2021), *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CVAI Fath Zumar.
- Lin, X., Chien, S. W., Hung, C. W., Chen, S. C., & Ruangkanjanases, A. (2021). The Impact of Switching Intention of Telelearning in COVID-19 Epidemic's Era: The Perspective of Push-Pull-Mooring Theory. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.639589>
- Mardia, dkk. (2021). *Kewirausahaan*. Makassar: yayasan kita menulis.
- Musnaini, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Kubung: CV Insan Cendekia Mandiri.
- Muttaqin, F. (2022). Pengaruh Push, Pull, And Mooring Effect Terhadap Switching Intention Konsumen Mobile Legends: Bang Bang Pada League of Legends: Wild Rift. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2121–2132. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.311>
- Nafiudin, Andari, Kurnia, O. piece, & Saftri A.T. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus pada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Serang). *Jurnal Sains Manajemen*, 7(2), 154–167.
- Ningrum, P. L. M. & R. E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Researc*, 1(1), 394–403.
- Pambekti, G. T., Nugraha, S. S., & Yusfiarto, R. (2023). Muslim Women Switching Intention To Halal Cosmetic: Push-Pull-Mooring Model Application. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 337–360. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1633>
- Permana, A. H., Yusnita, R. T., & Oktaviani, N. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ali Jaya Meube. *Jurnla Cendekai Ilmiah*, 2(6), 592–595.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Putra, F. F., Saputri, M. E., & Mba, S. T. (n.d.). The Effect Of Brand Image And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision On Bukalapak. *E-procceding of management*, 7(2). 6212-6222.
- Qurniawati, R., Nurohman, Y., & Fatharani, A. (2022). Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 12(1), 17–37. <https://doi.org/10.15642/elqist.2022.12.1.17-37>

- Rahmah, M., Gunawan, J. & Bramanti, G. W., (2020). Identifikasi Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Beralih ke Bank Syariah. *Jurnal Sains Dan Seni Its*. 9(2). 250-255.
- Rheza, P. (2020). *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sari, Dewita. (2020). Analisis Strenght Weakness Opportunity Threat (Swot) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 1, No 1, 7-14.
- Septiani, S., Sri Purwanti, R., & Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, F. (2020). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Elin Kosmetik Yang Berpindah Dari Sariayu Ke Wardah)* (Vol. 2, Issue 3). 67-81.
- Setiawan, D., Mandery, S. L., & Jorie, R. J. (2022). Strategi Pemasaran Pada Cafe Van Ommen Coffee Shop Manado: Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi*. Vol.10 No.1. 1740-1748.
- Siboro, E. Y. L. P., & Yokanan, R. T. (2023). pengaruh promotion, store atmosphere dan service quality terhadap custome satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.
- Siboro, E. Y. L. P., Yokanan, R. T., & Raden Teja Yokanan. (2024). Predicting Switching intention Among Generation Z (Study on Shopee App). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 1–20. <https://doi.org/10.32534/jv.v19i1.4992>
- Sinambela, L. P., (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Teoritik Dan Praktik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugandha, A. P. (2021). Pengaruh Push, Pull, dan Mooring terhadap Switching Intention pada Konsumen Pelanggan Wifi di Era Pandemi Covid-19. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9). 1537-1548.
- Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Cet.29). Bandung: Alfabeta.
- Syifa, E. & Amrullah, Y. A. (2022). Peran Inovasi Dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Bisnis Cendera Mata Lokal Umkm Di Kota Banjarbaru. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol.1, No.6. 1035-1052.
- Terry, G. R. & Rue L. W. (2019). *Dasar Dasar Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wibowo, T. S., Asir, M., Anwar, M.A., Herdiyanti. & Wijaya. E., (2023). Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen : Studi Literature. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 3(5) 2022 : 2987-2996.

- 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>
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. Ch. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>
- Yoon, C., & Lim, D. (2021). Customers' intentions to switch to internet-only banks: Perspective of the push-pull-mooring model. *Sustainability Journal (Switzerland)*, 13(8062). <https://doi.org/10.3390/su13148062>
- Yunita, E., & Mintarto Munandar, J. (n.d.). The Influence of Push-Pull-Mooring Effects on E-Wallet Customer Switching in Generation Z in DKI Jakarta. *Yunita & Munandar / The South East Asian Journal of Management SEAM ©*, 17(1), 1–27. <https://doi.org/10.21002/seam.v17i1.1177>
- Yusuf, H. G., & Ratnasari, A. (2022). Pengaruh Push Pull Mooring Terhadap Switching Intention Pada Pelanggan Aplikasi Video On Demand Di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v5i1.2321>.

WEB

- <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6fbcc000883af5f/deretan-konten-digital-paling-sering-dibeli-pengguna-internet-terbanyak-streaming-film-dan-tv> (Diakses Pada 13 Juni 2024 pukul 11.30)
- <https://play.google.com/> (diakses Pada 14 Juni 2024 pukul 14.35)
- <https://data.goodstats.id/statistic/netflix-jadi-aplikasi-hiburan-terpopuler-tahun-2023-wcW38> (Diakses pada 15 Juni 2024 13.56)
- <https://www.cnbcindonesia.com/> (Diakses pada 5 Juli 2024 pukul 09.30)
- https://dailysocial.id/post/pangsa-pasar-video-streaming-2023#google_vignette (Diakses pada 6 Juli 2024 pukul 11.23)
- <https://www.liputan6.com/tekno/read/5487469/vidio-rebut-kembali-posisi-sebagai-ott-dengan-subscriber-terbanyak-di-indonesia-kalahkan-netflix> (Diakses pada 7 November 2024 Pukul 12.34)