

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, A. B. (2013). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), 294–305.
- Aribowo, A. S. (2013). Metode Data Mining Untuk Klasifikasi Kesetiaan Pelanggan Terhadap Merek Produk. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 535–541.
- Budiasih, T., & Aswin, A. (2012). Analisis Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Pengguna Handphone Nokia Seri E Di Bandar Lampung (Studi Pada Mahasiswa Ibi Darmajaya Fakultas Ilmu Komputer). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Darmajaya*, 10(2), 218898.
- Dharmesta, Swastha, B. (1993). Perilaku Belanja Konsumen Era 90'an Dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 8, 5.
- Firdaus, M. I. Dan R., & Mudji. (2015). Analisis Pengaruh Harga , Kebutuhan Mencari Variasi , Dan *Word Of Mouth* Dalam Perilaku *Brand Switching* Pada Minuman Bersoda Coca-Cola Ke Big Cola. 4.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayawijaya, P. F., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan (*Reference Group*), Kebutuhan Mencari Variasi Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (*Brand Switching*) Blackberry Ke Android (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2012 Dan 2013 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 44(1), 17–23.
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta (ID): Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, S., & Hidayat, T. (2007). Penerapan Data Mining Dengan Metode Interpolasi Untuk Memprediksi Minta Konsumen Asuransi (Studi Kasus Asuransi Metlife). *Media Informatika*, 5(2), 113–128.
- Mustafa, M. S., Ramadhan, M. R., & Thenata, A. P. (2018). Implementasi *Data Mining* Untuk Evaluasi Kinerja Akademik Mahasiswa Menggunakan Algoritma *Naive Bayes Classifier*. *Creative Information Technology Journal*, 4(2), 151. <https://doi.org/10.24076/Citec.2017v4i2.106>
- Netter, John, William Wasserman, and Michael H. Kutner. 1983. *Applied Linear Regression Models*.
- Nilasari, D. R. (2012). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pada Produk Sabun Mandi Padat Lifebuoy Di Semarang.
- Nurjanah, A. (2016). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Brand Switching Pada Kartu Seluler (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Kartu Seluler Di Dusun

- Tegalyoso). Jurnal Fakultas Ekonomi. Retrieved From E-Journal
- Qoshoshi, A. (2016). Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Distribusi Produk Terhadap Brand Switching Pada Produk Sampoerna A Mild Di Kota Malang. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rosi, J., Farida, N., & Budiatmo, A. (2002). Pengaruh Ketidakpuasan Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Perilaku *Brand Switching* Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderatingnya (Studi Pada Mantan Pengguna Kartu Pra Bayar Im3 Di Lingkungan Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro). 1997, 1–10.
- Santoso, R. A. (2011). Analisis Perilaku *Brand Switching* Dalam Pembelian *Handphone*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Sulistyo, B. A., & Maftukhah, I. (2016). Analisis Pengaruh Perpindahan Merek Melalui Harga, Iklan, Dan Ketidakpuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 5(2), 96–103.
- Susanti, Dian Melfa. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Switching* Pada Telepon Seluler Merek Nokia. *Jurnal Institut Pertanian Bogor*.
- Susanto Ab, Wijanarko H. 2004. *Power Branding*. Jakarta (Id) : Quantum Bisnis Dan Manajemen.
- Tjiptono F. 2008. *Service Management*. Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta (ID): Penerbit ANDI.
- Tjiptono F, Chandra G. 2007. *Service, Quality And Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta (ID): Penerbit ANDI.
- Utami, S. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk Terhadap Kecendrungan Berpindah Merek (*Brand Switching*) Bagi Pengguna Iphone.
- Wengkang, O. B. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Berpindah Merek (*Brand Switching*) Kartu Prabayar Gsm (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Sanata Dharma). <https://doi.org/10.16194/J.Cnki.31-1059/G4.2011.07.016>