

Daftar Pustaka

- Alfayed, E., Ramadeli, L., Agnestasia, R., Amalina, V., Swid, Z. H. O., & Riofita, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaeaan Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 195–2021.
- Amani. (2023). *Sebenarnya TikTok Shop Membantu atau Mengancam UMKM? Ini Faktanya*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5416643/sebenarnya-tiktok-shop-membantu-atau-mengancam-umkm-ini-faktanya>
- Anwar, S., Santoso, A., & Sri Hartono. (2022). Pengaruh Kualitas Jaringan Provider, Reputasi Perusahaan dan EService terhadap Perilaku Perpindahan Merek (Brand Switching) pada Kartu Perdana Telkomsel. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 231 – 242. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i2.1480>
- 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. www.topbrand-award.com.2015
- Assael. (2001). *Customer Behavior* (6th Edition). Thomsom-Learning.
- Astini, & Tafiprios. (2019). Perilaku Brand Switching Pengguna Telepon Seluler Smartfren. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 240. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i1.015>
- Bestari. (2023). *Harga Barang TikTok Shop Super Murah, Awas Dumping!* CNBCIndonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230927115943-37-475948/harga-barang-tiktok-shop-super-murah-awas-dumping>
- Binekasri, R. (2023). *Soal Keamanan Data Konsumen, Ini Standar TikTok dan Tokopedia*. CNBCIndonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231215141620-17-497701/soal-keamanan-data-konsumen-ini-standar-tiktok-dan-tokopedia>
- Dewanti, T. F., & Harti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pada JNE Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2231784>
- Dewi, I. R. (2023). *Alasan Tiktok Shop Pilih Tokopedia Buat Buka Lagi di RI*. CNBCIndonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231212152957-37-496535/alasan-tiktok-shop-pilih-tokopedia-buat-buka-lagi-di-ri>
- Eviyana Rosyidah, F., Nur Cholidah, L., & Muklis Sulaeman, M. (2024). Pengaruh Prior Experince, Variety Seeking Dan Product Knowledge Terhadap Brand Switching. *Journal of Business Innovation and Accounting Research*, 1(3), 187–198. <http://educo-insight.com/journal/index.php/jbiar>

- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In Q. Media (Ed.), *CV. Penerbit Qiara Media*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gokampus. (2023). *Meningkatkan Pengalaman Belanja Anda diShopee dengan CustomerServiceyangUnggul*. Gokampus.Com. <https://www.gokampus.com/blog/meningkatkan-pengalaman-belanja-anda-di-shopee-dengan-customer-service-yang-unggul?hideHeader=false>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th editio). New Jersey : Pearson Education Inc.
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2010). Consumer behaviour: Building marketing strategies. In *McGraw-Hill* (Eleventh E). Paul Ducham. www.mhhe.com
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Jurnal Rkonomi Dan Bisnis*, 2(01), 17–35. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>
- 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, 339–348.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Unitomo Press.
- Kalodata. (2024). *Laporan Perkembangan Trend setelah Kembalinya TikTok ShopdiIndonesia*. Kalodata.Com. <https://kalodata.com/id/blog/2024/04/laporkan-tren-perkembangan-tiktok-shop-indonesia-setelah-kembalinya/>
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13,). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (S. Wall (ed.); 15e ed., Vol. 15E). Harlow,Essex Pearson Education Limited,2016. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Lathifah. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi Indonesia. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/r-mila/perkembangan-teknologi-informasi-di-indonesia-1y9No80cIka>
- Maulana, Y. P. (2023). *Sejarah Tiktok Hingga Bisa Mendunia dan Bikin Takut AmerikaSerikat*. Intisari.Grid.Id. <https://intisari.grid.id/read/033901877/sejarah-tiktok-hingga-bisa-mendunia-dan-bikin-takut-amerika-serikat?page=all>
- Medari, Wardiningsih, & Widajanti. (2017). Pengaruh harga, loyalitas merek, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan perpindahan merek pada

- konsumen kartu seluler telkomsel. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17.
- Mowen, J. ., & Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi ke-5 (Terjemahan)* (edisi 5, Vol. 2). Erlangga.
- Pantawis, S., & Kristanto, R. S. (2016). Analisis Brand Switching Media Sosial (Studi pada Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Berbisnis di Kalangan Mahasiswadi Kota Semarang). *Ebbank*, 7(2), 111–123. <http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/99>
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). Consumer Behavior Marketing. In J. Beck (Ed.), *Mc Graw*. Paul Ducham.
- Pransisya, M., & Sudaryanto, B. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Untuk Mengurangi Perpindahan Merek Pengguna Xl Axiata Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Prasetya, A. Y. (2020). Analisis Variety Seeking , Atribut Produk dan Price Terhadap Brand Switching dari Taksi Konvensional ke Online. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers Analisis, November*, 1–19.
- Prima, P. (2024). *Bisa Pake E-Wallet, Ini Cara Belanja di TikTok Shop Sekaligus Cara Bayarnya*. Kitalulus.Com. <https://www.kitalulus.com/blog/gaya-hidup/cara-belanja-di-tiktok-shop/>
- Qothrunnada, K. (2022). *Jejak e-Commerce di Indonesia Waktu ke Waktu, Berawal dari Kaskus*. Detikfinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus>
- Rahmalia, N. (2023). *10 Perusahaan dengan Customer Service Terbaik, yuk, Pelajari Strateginya!* Paper.Id. <https://www.paper.id/blog/bisnis/customer-service-perusahaan-terbaik/>
- Redaksi. (2023). *TikTok Shop Makin Ngeri, Shopee-Lazada Pantas Khawatir*. CNBCIndonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230608120525-37-444155/tiktok-shop-makin-ngeri-shopee-lazada-pantas-khawatir>
- Santika, E. (2023). *3 Saham E-Commerce Ini Menguat Setelah TikTok Shop Ditutup*. Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2023/10/06/3-saham-e-commerce-ini-menguat-setelah-tiktok-shop-ditutup>
- Sari, & Dewi. (2019). Brand Switching Smarthphone (Xiami Dan Oppo) Pada Erafone Megastore Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 89. <https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2333>

- Sembiring, R. C., Yulinar, & Putri, S. M. (2021). Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1694–1708. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1160>
- Septiani, S., Purwanti, R. S., & Toto. (2020). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Elin Kosmetik Yang Berpindah Dari Sariayu Ke Wardah). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(September), 67–81.
- Setyawan, S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan merek Asus ke merek lain. *Kompak : Jurnal Ilmiah Komputerasi Akuntansi*, 14(2), 340–349. <https://doi.org/10.51903/kompak.v14i1.558>
- Sofyan, P. dan. (2023). Despite Tiktok Shop Closure. Live Shopping Trend in Indonesia is Here to Stay. *Veroasian.Com*. <https://vero-asean.com/live-shopping-trend-in-indonesia-is-here-to-stay/#:~:text=Live Shopping Trend in Indonesia is Here to Stay,-Vero Team&text=Live shopping has transformed selling,first country to ban it>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr.Ira.Sutopo, S.Pd (ed.); kedua). Aldebeta.
- Widiyanti, I., Guspul, A., & Mahfud, Y. (2023). Brand Switching Skincare Skintific pada Konsumen TikTok. *Jurnal TRIPUTRA : Ekonomi, Sosial Dan Hukum*, 01(November), 14–19.
- Widyaningrum, H. W., Farida, N., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Product Quality dan Service Quality terhadap Brand Switching Melalui Customer Value (Studi pada Mantan Pelanggan Indihome di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 281–289. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34660>
- Yusra, Y. (2022). *Laporan Populix: 86% Masyarakat Belanja Melalui Platform Media Sosial*. DailySocial.Id. <https://dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platform-media-sosial>
- Zahari, A., & Evanita, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Produk Kosmetik Sariayu Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 896. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5669>
- Zeithaml, Parasuraman, & Berry. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*.