

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar. 2017. *SPSS 24 untuk penelitian dan skripsi*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Afandi, Pandi. 2008. *Analisis Faktor Penentu Daya Tarik Produk Pada Pasar UKM Lopait Kecamatan Tuntang Kab. Semarang*. Among Makarti, Vol. 1, No.2.
- Ariani, Desti. 2012. *Pengaruh Elemen-elemn Brand Equity terhadap Keputusan Perpindahan Merek Provider Kartu GSM Prabayar di Indonesia tahun 2008-2012*. Skripsi – Institut Manajemen Telkom.
- Bansal, H.S., Taylor, S.F. and James, Y.S. 2005. “Migrating to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers’ Switching Behaviors”. *Journal of Academy of Marketing Science*. Vol. 33 (1): 96-115.
- Burhan Bungin.2006.*Analisis Data Penelitian Kualitatif*.Jakarta : Raja Grafindo.
- Burnham, T. A., Krels, Judy K & Vijay Mahajan. 2003. Consumer Switching Cost: A typology, antecedents, and consequences. *Academy of Marketing Science*.31 (2). pg. 109
- Bursa Efek Indonesia.2019.(online). Diakses pada tanggal 2 Juli 2020 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/23/telkomsel-raja-operator-seluler-indonesia>
- Buwono, Agung Nugroho.2005.*Strategi jitu memilih metode statistic Penelitian dengan SPSS*.Penerbit,Abdi. Yogyakarta

- Churchill Jr, Gilbert A.2005.*Dasar-Dasar Riset Pemasaran Edisi 4 Jilid 1*.Terjemahan oleh Andrianty, Dwi K. Yahya dan Emil Salim.(Suryadi Saat dan Wisnu C. Kristiaji,eds).Jakarta (ID):Erlangga.
- Colgate, Mark., and Bodo Lang. 2001. Switching Barriers in Consumer Markets: An Investigation Of The Financial Services Industry. *The Journal of Consumer Marketing*, 18(4):332-347.
- Dantes, Nyoman. 2012.*Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Hatta, Iha Haryani dan Setiarini. 2018. “Pengaruh Word Of Mouth dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas.
- Jaya, Lukito. 2016. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi *Customers Switching Behavior* Dalam Industri Retail *Banking* Pada Bank BCA. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 52. No. 11 . Hlm. 114-141
- Jones. 2000. *Switching Barrier dan Niat Pembelian Kembali Dalam Layanan (Switching Barrier and repurchase intention in services)*. *Journal of Retailing*. Hal 259-274.
- Jones, Michael A. 2007. *The Positive and Negative Effects of Switching Costs on Relational Outcomes*. *Journal of Service Research*. Vol. 9. No. 4. Pages: 335 – 355
- Julander,C.R.,Ragnar Soderberg dan Magner Soderlund. 2003. *Pengaruh Switching Barriers pada Kepuasan, Niat Pembelian Kembali dan Loyalitas Sikap*. Sekolah Ekonomi Stockholm.
- Jusuf, Jopie. 2007. *Analisis Kredit untuk Account Officer*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Keaveney, S. M. dan Parthasarathy, M. 2001. "Customer Switching Behavior in Online Services: An Exploratory Study of the Role of Selected Attitudinal, Behavioral, and Demographic Factors", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 29 No. 4, pp.374-390.
- Lee, J., J. Lee and L. Feick. 2001. "The Impact of Switching Costs on the Customer Satisfaction-loyalty Link: Mobile Phone Service in France". *Journal of Services Marketing*, Vol. 15 No. 1, pp. 35-48.
- Papalapu, Bill Jezy Nico. 2015. "Pengaruh Push, Pull Dan Mooring Terhadap Perilaku Beralih Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Indivision Manado).
- Patterson, P.G. and Smith, T. 2003. —A Cross Cultural Study of Switching Barriers and Propensity to Stay With Service Providers|| , *Journal ofRetailing*, Vol. 79, pp. 107-120.
- Pradnyawati dan Suasana, 2013. Pengaruh *Switching Cost* dan *Switching Intention* terhadap Word-Of-Mouth Pada Konsumen Provider Seluler Telkomsel di Kota Denpasar.
- Priyatno Dwi. 2009. *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom. Yogyakarta
- Reichheld, F.F. 1996. *The Loyalty Effect*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Setiadi, N. J.2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media

- Setiani, Candra. 2019. *Pengaruh Push – Pull – Mooring Factors (Ppm) Terhadap Customers Switching Intention Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sumogawe, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang)*. Skripsi IAIN-Salatiga.
- Siagian dan Sugiarto, 2006. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Siddiqui, DR Kamran. 2011. *Personality Influence Consumers Switching*. Journal of Contemporary Research In Businss: Vol.2 No. 10 pages 363-370.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metoda Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sulistiyani. 2006. *Analisis Perilaku Brand Switching Produk Air Minum Mineral di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen. STIE YKPN.
- Taufiq. 2007 “*Pengaruh Switching Barrier terhadap Repurchase Intention (studi kasus pada produk pemutih wajah merek Pond’s di swalayan “RATU” Malang)*”. Skripsi UIN Malang.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management In Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wibowo. 2013. *Analisis pengaruh Switching Cost, Attractiveness of Alternative, Interpersonal Relationship dan Service Recovery terhadap Repurchase Intention GSM XL Prabayar*. Jakarta.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang

Xavier, Patrick, and Damitri Yosilanti. 2000. *Switching Cost and Consumer Behavior : Implication for telecommunications Regulation. Digital Policy Regulation and Governance*. Vol. 10. No. 4. Pages : 13 – 29

Z.K. Zhang, et al. 2012. *Online Service Behavior : The Case of Blog Service Provider. Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 13, No. 3