

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Agung, A. A. P. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang.
- Agustian, A., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen dan Variasi Terhadap Perpindahan Merek Pada Mie Instan. *Journal Management and Enterpreneurship*, Vol. 3, No. 3:1490-1496.
- Albushairi et al., S. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi pada Riset Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada, Depok.
- Aqimuddin, E., & Kusmagi, M. (2022). *Cerdas Mengurus Dokumen Perizinan: BPOM, Merek Dagang, Label Halal*. Raih Asa Sukses, Depok.
- Aripin, Z., & Negara, R. (2021). *Perlaku Bisnis Etika Bisnis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Az-zahra, K., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Wrasiasi, L. P. (2019). Analisis Pangsa Pasar Beberapa Merek Produk Minuman Susu Fermentasi dalam Kemasan dengan Metode Rantai Markov di Lingkungan Kampus Universitas Udayana. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, Vol. 7, No. 4:561-570.
- Bastian, A. F. (2022). *Strategi Marketing Praktik dan Akademik*. PT. Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Batu, P. L. (2014). *Menaklukkan Pasar Devariatif*. Penerbit Kompas Gramedia, Jakarta.
- Bayu R, Ni W. E. M., I. G. A. I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar*, Vol 1, No.1: 31-42.
- Bhatt, V., & Saiyed, M. (2018). An Empirical Study On Brand Switching Behavior Of Consumers In The Fmcg Industry W. R.T Ahmedabad. *Roots International Journal of Multidisciplinary Researches*, Vol.2, No. 2: 128-138.
- Biase, S. A. Di. (2014). *Applied Innovation A: Handbook Create Space*. Independent Publishing Platform, California.

- Bowo, A., Kasmu, P., Jayanti, R. (2018). Studi Brand Switching Behavior dari Taxi Meter Konvensional ke Taxi Online. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 1, No. 2:238-257.
- Boyd, J., & Cathrine, V. (2017). *Routledge International Handbook of Consumer Psychology*. Chennai: Deanta Global Publishing Services.
- Budiyanto, A. (2021). *Pemasaran Jasa: Pengertian dan Perkembangan*. Cipta Media Nusantara, Surabaya.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand Islamic Branding & Rebranding*. Rajawali Press, Depok.
- Darmansah, A., & Yosepha S. Y., (202). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurva*. Vol. 1, No. 1:15-30.
- Darmawan, D., Genua, V., Kristianto, S., Murdaningsih, & Hutubessy, J. I. . (2021). *Tanaman Perkebunan Prospektif Indonesia*. CV Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Dewi, A. M. (2021). Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>. Diakses tanggal 25 Juni 2023.
- Dhanie, N. (2020). *Jangan Mulai Bisnis Sebelum Baca Buku Ini*. Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta.
- Dwi, A. (2023). Minuman Teh Kemasan Terbaik & Enak di Indonesia. <https://productnation.co/id/27953/minuman-teh-kemasan-terbaik-enak-indonesia/>. Diakses tanggal 25 Juni 2023.
- Ekon.go.id. (2022). Kolaborasi dan Sinergi Untuk Tingkatkan Produksi dan Daya Saing Teh Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3950/kolaborasi-dan-sinergi-untuk-tingkatkan-produksi-dan-daya-saing-teh-indonesia>. Diakses tanggal 25 Juni 2023.
- Firanzulah, V. Safavi, A. Saputri. (2021). Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (AKUNTABEL)*. Vol. 18, No. 1:1-9.
- Firdaus, & Budiman. (2021). The Impact of Brand Image, Price and Variety on Brand Switching Behavior. *Journal of Advanced Multidisciplinary Research*, Vol. 2, No. 2:78-89.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.

- _____. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UM Surabaya Publishing, Surabaya.
- Foster, N. (2023). *Blackstone's EU Treaties & Legislation 34th Edition*. Oxford University Press, United Kingdom.
- Fujiwara, A. (2014). *Sustainable Transport Studies in Asia*. Springer Japan, Hiroshima.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gitosudarmo, I. (2015). *Manajemen Pemasaran*. BPFE, Yogyakarta.
- Goniewicz, M. L & Stanton C.A. (2022). Impact flavour restricting policies on non cigarrate tobacco product. *Journal Tobacco Control*, Vol. 31, No. 1: 159-160.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Aulia, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV.Pustaka Ilmu Group, Yogyakarta.
- Hawkins; Mothersbaugh. (2016). *Consumer Behavior*. New Jersey: McGraw-Hill.
- Hidayat, Agung. (2018). Persaingan Ketat Teh dalam Kemasan. <https://amp.kontan.co.id/news/persaingan-ketat-teh-dalam-kemasan>. Diakses tanggal 3 Agustus 2023.
- Hidayati, A., Sifat, W. ode, Maddinsyah, A., Sunarsi, D., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara, Surabaya.
- Huh, J., Yu, S., Galimov, A., Meza, L. R., Galstyan, E., Medel, D., Unger, J. B., Garbanati, L. B., & Sussman, S. (2021). Hypothetical flavour ban and intention to vape among vape shop customer: the role flavour preference and e-cigarette dependence. *Journal Tobacco Control*, Vol. 1, No. 1:1-5.
- Hulu, V. ., & Sinaga, T. . (2019). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan Stachal (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Illichman, R. (2014). *Preference Heterogeneity and Willignes to pay for Organic Food Production In Germany*. Culliver Verlag, Gottingen.
- Indrasti, D., & Siliyya, F. (2021). Atribut Minuman Teh Kemasan Siap Minum yang mempengaruhi Persepsi Konsumen di Kabupaten Tegal. *Jurnal Mutu Pangan*, Vol. 8, No. 2:70-79.

- Indrawati, Hutami, R. F., & Oktavian, P. (2021). *Marketing For Non Marketing Superintendents*. Jakarta: PT Alex Media Kompetindo.
- Jannata, S. N., & Pertiwi, T. K. (2022). Analisis nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 4:739-754.
- Kamariyah, S. (2018). Pengaruh Brand Image, Variety Seeking dan Brand Ambassador Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) dari merek Shampo lain ke Shampo Pantene. *Jurnal Manajemen STIE Putra Bangsa*, Vol.5, No. 2:1-5.
- Kotler, Keller & G, Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Agung & Puspaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku, Yogyakarta.
- Kurniawan, Arif. R. (2014). *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Kurniawan, Gogi. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Penerbit Mitra Abisatya, Surabaya.
- Laksana, M. F. (2019). *Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama, Depok.
- Lestari, M., Kurniari, D., & Fitrianti, W. (2020). Perpindahan Merek (Brand Swithcing Behavior) Pada Air Minum Dalam Kemasan di Kota Pontianak. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 19, No. 3:126-133.
- Makudza, F. (2021). Plummeting Consumers Brand Product Strategy In The Zimbabwean Cola Industry. *Journal Business Excellence and Management*, Vol. 11, No. 3:103-120.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Melewar, T. C., & Gupta, S. L. (2017). *Strategic International Marketing*. London: Macmillan Education UK.
- Montolalu, I. T., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2018). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi Produk Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Sabun Pembersih Wajah Pada Supermarket Grand Central Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 6, No.4:2178-2187.
- Munandar, D. (2016). *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Ekuilibra, Yogyakarta.

- Musman, A. (2023). *14 Jam Belajar Closing Sales*. Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta.
- Nadja, R. A., Halimah, A. S., & Hikmawati. (2023). *Preferensi Konsumen Terhadap Pangan*. Penerbit NEM, Pekalongan.
- Napitupulu et al., S. (2021). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Nguyen, A., Nguyen The, H., & Nguyen, N. A. (2022). Brand switching and tobacco taxation in Vietnam. *Journal Tobacco Control*, Vol. 31, No. 1: 88-94.
- Nugraha et al., J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nugroho, U. (2020). *Statistik Dasar dan Penerapan SPSS*. CV. Sarnu Untung, Grobogan.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nuruh, H., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek ke Yamaha Nmax di Semarang Selatan. *Jurnal UNTAG Semarang*, Vol. 7, No. 1:1-10.
- Okpaleke, V. (2022). Brand Switching Costs and Customer Retention In Food Service Operations: Pricing and Inconvenience Switching Incidents Brand. *Journal of Tourism and Heritage Studies*, Vol. 11, No. 1:70-83.
- Pandjaitan, D. R. (2018). Pandjaitan, Dorothy Rouly Haratua. (2018). *Perilaku Konsumen Indonesia*. Bandar Lampung: Penerbit FEB Universitas Lampung.
- Paramita, R. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. STIE Widya Mandala, Lumajang.
- Peter, P.J dan Olson, J. . (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Pradana, M. A., Agustono & Ferichani, M. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan merek Teh Botol Sosro di Surakarta. *JASE (Journal of Agribusiness, Social And Economic)*. Vol. 4, No. 1:36-45.
- Purnomo, R. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. WADE Group, Ponorogo.
- Pusat Data dan Analisa Tempo. (2019). *Sepak Terjang Pengelolaan Bisnis Perusahaan Air Mineral Terkemuka*. Tempo Publishing, Jakarta.

- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *Brand Image, Kepuasan Konsumen dan Purchase Intention: Konsep dan aplikasi dalam studi kasus "Kedai Kopi Kulo."* Cilacap: Media Pustaka Indo.
- Putri, R. D. (2023). *Pengawasan Mutu Pangan*. PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang.
- Rahayu, W. E., Mukminah, N., & Romalasari, A. (2019). Daya Terima Varian Rasa Koktail Buah Nanas (*Ananas comosus* L. Merr) dalam menunjang diersifikasi Produk. *Jurnal Ilmiah Ilmu dan Teknologi Rekayasa*, Vol. 1, No. 1:22-27.
- Rahmasari, A., Aruan, N., & Susanto, S. H. (2019). *Prosding temu ilmiah nasional balitbang tahun 2019 percepatan pengembangan desa mandiri*. Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Jawa Timur, Surabaya.
- Rajab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Pepustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Press Universitas Alaudin, Makassar.
- Resky, D. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Desain dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Gelas Ale-Ale. *Jurnal Enterpreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, Vol. 3, No. 1:39-48.
- Rianto, J. S. (2022). *Semua Tentang Merek*. Nas Media Pustaka, Yogyakarta.
- Rofiah, C., Pribadiyono, & Khuzaini. (2022). *Pemasaran Empati Strategi Keberlanjutan Social Enterprise*. CV. Literasi Nusantara Abadi, Malang.
- Rosmanida, E., Subhan, M., & Karimah, M. (2018). Analisis Pengaruh Perilaku Brand Switching Konsumen Muslim dalam Pembelian Produk Handphone Di Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi. *Indonesian Journal of Economics and Business*, Vol. 2, No. 2:157-177.
- Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia, Yogyakarta.
- Salam, A. (2023). *Bahan Ajar Herbal Medicine (Teh Herbal Daun Belimbing Wuluh Untuk Pencegahan Hipertensi)*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup, Malang.
- Sang, H., Xue, F., & Zhao, J. (2018). What Happens When Satisfied Customers Need Variety? Effects Of Purchase Decision Involvement and Product Category on Chinese Consumers' Brand-Switching Behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 30, No. 3:148-157.

- Sangaji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Saparso. (2021). *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press.
- Sari, A.A.Ayu Ratih Permata Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan diantara hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Sari, C. (2017). *Teknik Mengelola Produk dan Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sariwangi. (2019). Yuk kenali 11 Jenis Teh yang ada di Indonesia. <https://www.tehsariwangi.com/artikel/yuk-kenali-11jenis-teh-yang-ada-di-Indonesia>. Diakses tanggal 9 Agustus 2023.
- Sasmita, S. J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Konsumen dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Tulungagung Pengguna Smartphone Samsung Yang Sebelumnya Menggunakan Smartphone Merek Lain). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol.1, No. 1:1-11.
- Septiningsih, W. T., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Variety Seeking, dan Harga Terhadap Perpindahan Merek ke Konsumen Wardah (Studi Pada Konsumen Bedak Wardah di Serdo Swalayan). *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 1, No. 1:109-121.
- Serse, Valerio. (2020). Taste Heterogeneity and State Dependence in Cola Choice: How do Sugar Taxes affect Household's Demand. *JEL (Journal Economics Louvain)*. Vol. 1, No.2:11-61.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan*. Jakarta: Prenanda Media Grup.
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada CV. Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Manajemen*, Vol. 3, No. 4:1-20.
- Sihombing, & Eka, W. (2019). *99 Empirium Bisnis Perjalanan Berliku Perusahaan Kecil Menengah Meraih Kejayaan*. Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta.
- Sinarsosro. (2018). Profil Perusahaan PT Sinar Sosro. <https://sinarsosro.id/profile#:~:text=PT%20Sinar%20Sosro%adalah%20perusahaan,28%20kelurahan%20Medan%20Satria%20Bekasi/>. Diakses tanggal 9 Agustus 2023.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara, Jakarta.

- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.
- Soehadi, A. W. (2016). *34 Inspirasi Kepemimpinan Kontemporer*. Prasetya Mulia Publishing, Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan et al., U. (2019). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. PT Penerbit IPB Press, Bogor.
- Sumiati, Rosita Hirfiyana, N., & Yulianti, I. (2016). *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. UB Press, Malang.
- Suryajaya, I. dan S. K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 5, No.3:176-184.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Susanti, F., Barkah, C. S., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek (Brand Switching) Pada Produk Susu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, Vol. 23, No.1:30-44.
- Suyono. (2018). *Analisis regresi untuk penelitian*. Deep Publisher, Yogyakarta.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Teh Botol Sosro.com. (2019). Teh Botol Sosro. <https://www.tehbotolsosro.com/>. Diakses tanggal 29 Desember 2023.
- Throsby, D., & Ginsburgh, V. A. (2014). *Hanbook of the Economic of art and Culture*. Amsterdam: Elsvier.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta.
- Top Brand Award. (2023). Komparasi brand index kategori makanan minuman sub kategori teh dalam kemasan siap minum. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=6&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Fretea&brand2=Mountea&brand3=Teh%20Botol%20Sosro&brand4=Teh%20Gelas&brand5=Teh%20Pucuk%20Harum. Diakses tanggal 22 Januari 2023.
- Ushada, M., Suryadono, A., & Khuriyati, N. (2019). *Kansei EGINEERING untuk Agroindustri*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

- Usman, Umar, F., & Ruslang, T. (2022). *Gizi dan Pangan Lokal*. PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: Pustaka Bengawan.
- Wahyuni, D., & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Susu Anlene Ke Merek Lain di Foodmart Basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ecogen*, Vol. 1, No. 2:416-421.
- Wardhani, A. P. (2019). *Marketing (Edisi I)*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Wardhaniika, N. I. & Hendrati, I. M. (2021). Perpindahan merek akibat ketidakpuasan konsumen dalam pemilihan produk Smartphone. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No.1:21-31.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublisher, Yogyakarta.
- Wijayanti, T. (2021). *Marketing Plan dalam Bisnis Third Edition*. Jakarta: PT Alex Media Kompetindo.
- Wirdhamulia, A. (2019). *Strategi Pengelolaan Makna Merek*. PT Penerbit IPB Pres, Bogor.
- Yuswanto, S. (2019). *Merek Nafas Warlaba*. CV. Budi Utama, Yogyakarta.
- Zuhara, H., Hartono, & Aprilia, H. D. (2022). Factors Which Affecting The Brandswitching of Online Food. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, Vol. 1, No. 9: 669-680.
- Zusrony, E. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.
- _____.(2021). *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.