

DAFTAR PUSTAKA

- Afri, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk*
- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT pada Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Medan Iskandar Muda.
- Anggraini, S. D., & Widyastuti, I. (2020). Pengaruh Konsep 5C Terhadap Keputusan Pemberian Kredit Pada Unit Usaha Simpan Pinjam Kud
- Anwar, A. I. (2018). *Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dan Pembangunan Ekonomi Pedesaan di Sulawesi Selatan*.
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid."
- Arif, M. N. R. Al. (2016). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB.
- Bangsaan, S. (2018). *urgensi strategi pemasaran dalam upaya pemberdayaan usaha kecil yang berdaya saing di era globalisasi*.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M. . K. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Febriansyach, M. Y., & Kusasih, I. A. K. R. (2022). Pengaruh Lifestyle, Kualitas Layanan, Tempat dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Barbershop SAN.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan.
- Ismiatun. (2021). *Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama*.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*,
- Khasanah, U., & Cahya, B. T. (2018). Brand Switching Produk Kosmetik Halal: Ditinjau dari Aspek Daya Tarik Iklan dan Variety Seeking.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19.
- Lydia, S. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap

Penggunaan E-Wallet.

Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman*

Meilinda, A. (2018). Analisis Unique Selling Proposition Pada Kegiatan Promosi Rumah Makan. *EJournal Ilmu Komunikasi*

Meriyati, M., & Hermanto, A. (2021). Sosialisasi Sejarah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Kepada Alumni Pondok Al-Iman Yang Berada Di Palembang.

Noviantoro, R., Soleh, A., & Mardhatillah, T. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Dalam Pembelian Produk Smartphone (Studi pada Pelanggan Duta Ponsel Bengkulu).

Nur. Sayidah. (2018). *Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Dalam Penelitian*

Nurhamidah et al, U. (2022). Antesenden Brand Switching Produk Skincare Ke Merek Safi Di Wilayah Kota Cilacap.

Nurhasanah, Subianto, M., & Fitriani, R. (2012). Perbandingan Metode Partial Least Square (PLS) dengan Regresi Komponen Utama untuk Mengatasi Multikolinearitas.

PERDA. (2019). *PERDA*.

PERGU. (2019).

Prayekti, A. R. (2018). *Persepsi Remaja Generasi Z di Surabaya Terhadap Preferensi Merek Situs Online Marketplace BukaLapak*.

Prof. Dr. Suryana, Ms. (2012). Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*

Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2021). Model Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif.

Quah Li Ling. (2018). *Perilaku Brand Switching Konsumen: Bukti Dari Malaysia Pengguna Smartphone*.

Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Medan.

Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Safitri, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Mandi Lifebuoy

Simamora, E. R. (2007). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMBANGUN KEPUASAN NASABAH UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN

Simbolon, R. R., & Rangkuti, D. A. (2022). *PENGENDALIAN KREDIT DALAM UPAYA BPR PIJER PODI KEKELENGAN CAB . SIMPANG*.

Soelistya, D. et al. (2022). *Buku Ajar Budaya Organisasi Dalam Praktik*.

Sukri, S. Al. (2020). *Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek*.

SulistioWati, W. (2018). *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*.

Supardi, S., Yusril, M., Zamri, A. T., & Ak, U. A. (2021). Analisis Bauran Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kampar.

Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat).

Suryani, A. N. (2019). Pengaruh Iklan Smartphone Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen Bayung Lencir Musi Banyuasin. *Jurnal Manajemen Kompeten*

Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado.

Umardani, D., & Muchlish, A. (2017). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*

Umayah, S. (2021). The Study of Marketing Communication Strategies in Simasda Savings Through Social Media and Customer Satisfaction as a Sustainable Strategy for PT BPR Bank Boyolali (Perseroda).

Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen*.

Wahyuni, N. (2017). Penerapan Prinsip 5C Dalam Pemberian Kredit Sebagai Perlindungan Bank.

Widyasari, S., Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z. *Trikonomika*

Yulianti, E., Analisis Work From Home (WFH) Dan Pengelolaan Stres Kerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT . Sarandi Karya Nugraha)

Zahari, A., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Produk Kosmetik Sariayu Di Kota Padang.

Zaneta, Z. (2022). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.