

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, r., evanita, s., & sofya, r. (2018). *Pengaruh endorser, harga dan kualitas produk terhadap perilaku peralihan merek (brand switching) bedak padat maybelline di kota padang* (vol. 1).
- Apriliani, d., zuliansyah, a., & sanjaya, v. F. (2022). Pengaruh variety seeking dan packaging terhadap brand switching studi konsumen natasha skincare di bandar lampung. *Target : jurnal manajemen bisnis*, 3(2), 167–176. <https://doi.org/10.30812/target.v3i2.1579>
- 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. Magister Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Arifyantama, r. M., & susanti, d. N. (2021). Pengaruh reference group, variety seeking dan price terhadap perilaku brand switching (studi pada pengguna smartphone samsung beralih ke merk lain di kabupaten kebumen). In *jurnal ilmiah mahasiswa manajemen* (vol. 3, issue 5). [Http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index](http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index)
- Armazura, d. F., evanita, s., & tasman, a. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap brand switching laptop merek axioo pada mahasiswa universitas negeri padang. *Jurnal kajian manajemen dan wirausaha*, 1, 107–115.
- Arundina, d. O., sriwidodo, u., & wibowo, e. (2016). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, kebutuhan mencari variasi dan iklan produk pesaing terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen pembalut wanita charm (survei pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas slamet riyadi surakarta). *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 16.
- Dharmmesta, B.S. 2002. “Perilaku Beralih Merek Konsumen dalam Pembelian Produk Otomotif”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Vol. 17, No. 3, 288-303.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J. & Marticotte, F. (2010). W-WOM Scale: Wordof-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin.
- Hawkins, Delbert dan Mothersbaugh, David. 2016. *Consumer Behavior*. 13th Edition. McGraw-Hill.

- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. and Gremler, D. D. (2004). "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18 No. 1, pp. 38-52.
- Huda, n., & nurchayati, n. (2018). Pengaruh atribut produk, iklan, harga, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek ke yamaha nmax di semarang selatan. *Serat acitya*, 7, 118.
- Indriani, a. R., & pasharibu, y. (2020). Pengaruh mencari variasi, ketidakpuasan konsumen, harga dan ewom terhadap perpindahan merek. *Jurnal ekobis dewantara*, 3(2), 17–27. https://doi.org/10.26460/ed_en.v3i2.1691
- Jeong, E & Jang, S (Shawn)," Restaurant experiences triggering positive electronic word of mouth (eWOM) motivations". *International Journal of Hospitality Management*, 30, 356-366. 2011.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14th. Person Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Fourteen Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler. Philip dan Keller K Lane. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia .Indonesia.
- Medari, h. S., wardiningsih, s. S., & widajanti, e. (2017). Pengaruh harga, loyalitas merek, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan perpindahan merek pada konsumen kartu seluler telkomsel. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 17.
- Mowen, Jhon C dan Minor, Michael. 2018. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Musnaini, m., & wijoyo, h. (2021). Ekonam: jurnal ekonomi impact of variety seeking, and elektronik word of mouth of cosmetic brand switching (studi pada industri kosmetik di indonesia). *Ekonam: jurnal ekonomi, akuntansi \& manajemen*, 3. [Http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/ekonam](http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/ekonam)
- Noviantoro, r., soleh, a., & ayu mardhatillah. (2020). Dalam pembelian produk smartphone (studi pada pelanggan duta ponsel bengkulu). In *bisnis dharma andalas* (vol. 22, issue 1).
- Peter, J Paul dan Olson J.C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.

- Pirdaus, a., danial, r. D. M., & ramdan, a. M. (2020). Analisis efek komunitas dan electronic word of mouth terhadap brand switching produk xiaomi pocophone ke oppo f9 di rny communication kota sukabumi. *Journal of management and bussines (jomb)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i1.1220>
- Purwanti renny sri, & toto and others. (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, 67–81.
- Rahdita, d., & anawiri, b. (2017). *Pengaruh negative electronic word of mouth (negative ewom), dissatisfaction, dan variety seeking terhadap brand switching (studi pada pengguna brand sk-ii dalam forum female daily)*. 52, 190–197.
- Safitri, a., & septrizola, w. (2019). Pengaruh dissatisfaction, variety seeking, electronic word of mouth, dan religiosity terhadap brand switching produk kosmetik lain ke kosmetik wardah pada mahasiswi universitas negeri padang. *Jurnal kajian manajemen dan wirausaha*, 1, 26–35.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk, “Perilaku Konsumen”, Edisi Kesepuluh, Indeks, Jakarta, 2010.
- Sciffman, Leon G dan Leslie L. Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Penerbit Indeks : Jakarta.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto, y. D., & widyawati, n. (2016). Pengaruh variety seeking, promosi dan citra merek terhadap keputusan perpindahan blackberry ke smartphone. *Jurnal ilmu dan riset manajemen (jirm)*, 5.
- Wahyu, m. I., hidayati, n., & pardiman, p. (2020). Pengaruh harga, kebutuhan mencari variasi dan ketidakpuasan konsumen terhadap keputusan perpindahan merek dari samsung galaxy series (studi kasus masyarakat kecamatan dlanggu kabupaten mojokerto). *Jurnal ilmiah riset manajemen*, 9.
- Yunita, d., & rosa, a. (2016). Pengaruh mencari variasi, ketidakpuasan dan ketidaktersediaan produk terhadap perpindahan merek. *Jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya*, 14, 539–558.
- 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. *Jurnal ecogen*, 1(4), 896. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5669>