

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Tri. (2018). *Pengaruh Atribut Produk, Promosi, dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching*.
- Alisa Tri Nawarini. (2018). *Factors Influencing Brand Switching Behavior: Role Of Variety Seeking Need As Moderator Variable*.
- Anwar, C. (2016). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Provider GSM*.
- Arnindita, M., Sri, P. ;, Iriani, S., & Harti, ; (2021). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Effect of Variety Seeking and Electronic Word of Mouth on Brand Switching (Study on Millennial Generation as Modern Coffee Shop Consumers in Surabaya)*.
<https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i8.2976>
- Astuti, Herni, & Budi Santoso, S. (2020). Weakened Patient Loyalty Model at Beauty Clinics: Based on Variety Seeking Behavior, Dissatisfaction, Negative WOM and Brand Switching. *SHS Web of Conferences*, 86, 01032.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20208601032>
- Astuti, M., & Agni Rizkita Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Cahyono. (2016). *Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada Pt. Prudential Cabang Lamongan*.
- CNN Indonesia. (2020, October 21). *Transaksi e-Commerce Naik Nyaris Dua Kali Lipat saat Pandemi Baca artikel CNN Indonesia “Transaksi e-Commerce Naik Nyaris Dua Kali Lipat saat Pandemi” selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92-561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi>. Download Apps CNN Indonesia sekarang <https://app.cnnindonesia.com/>. 1.*
- Dianti. (2016). *Pengaruh atribut Produk, Harga, Variety Seeking dan Ketidakpuasan konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Di Mataram*.
- Eka. (2018). Dengan Biaya Besar, Shopee Puncaki Sejumlah Statistik E-commerce di Indonesia. *Dailysocial.Id*.
- Faustine. (2015). *The Impact of Variety Seeking, Social Status, Quality and Advertisement Towards Brand Switching in Smartphone Product (A Case Study of BlackBerry User That Has Ever Changed Into Another Smartphone Product in Surabaya)* (Vol. 3, Issue 2).
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.).

- Fintikasari, I., & Ardyan, E. (2018). Brand Switching Behaviour In The Generation Y: Empirical Studies On Smartphone Users. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1), 23. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.23-30>
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen*.
- Ghozali, I. (2014a). *Desain Penelitian kuantitatif & kualitatif*.
- Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imber, & Toffler. (2002). *Diccionario De Terminos De Mercadotecnia*.
- JakPat. (2020). *JakPat survey*.
- Kamariyah. (n.d.). *Pengaruh Brand Image, Variety Seeking Dan Brand Ambassador Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Merek Shampo Lain Yang Beralih Ke Shampo Pantene (Studi Pada Mahasiswa Stie Putra Bangsa Kebumen) Siti Kamariyah*. www.topbrand-award.com, 2019
- Kapojos, J. (2017). Faktor Perilaku Perpindahan Merek (Brand Switching) : Studi Pada Pegawai Pengguna Telepon Seluler Merek Samsung Di Kantor Bupati Minahasa Tondano. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing*.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Global Ed.*
- Kurniawan, & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PANDIVA BUKU.
- Lea-Greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications*.
- Michelle, S., Hutauruk, L., Hadi, P., Handayani, T., Riset, K., Ekonomi, N., & Akuntansi, D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap Penggunaan E-Wallet* (Vol. 2).
- Mila, S. D. Mx. (n.d.). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta*.
- Miranda Putri, S., & Colia Sembiring, R. (2020). *Analisis Brand Switching Pada Online Marketplace Shopee Oleh Generasi Z* (Vol. 2). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai->
- Mowen, & Minor. (2012). *Perilaku Konsumen*.
- Percy, & Rossiter. (2012). *Advertising Stimulus Effects: A Review*.
- Peter, & Olson. (2014). *Consumer Behavior*.

- Pratiwi, & Dwika. (2016). *Pengaruh Return On Equity, Debt To Equity Ratio dan Umur Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014)*.
- Putranto. (2018). *Pengaruh Atribut Produk, Promosi Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching*.
- Ritonga, Nurafrina Siregar, Miftah El Fikri, & Roro Rian Agustin. (2019). *Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi)*. CV Mahaji.
- Shimp. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (8th Edition)* .
- Shinta. (2011). *Manajemen Pemasaran* .
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sumarni, M., & John. (2010). *engantar Bisnis (Dasar-dasar. Ekonomi Perusahaan)* (5th ed.).
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Wimalasiri, R. K. H. S. (2017). *Factors Influencing Brand Switching in Telecommunication Industry in Sri Lanka: A Study Based on Undergraduates in Sri Lanka*.