

DAFTAR PUSTAKA

- Andriarso, Nur Adicahya. 2013. Pengaruh Variety Seeking Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Berpindah Merek. *Fokus Manajerial* Vol. 12, No. 1, 2013: 92 – 102.
- Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Babin, J. Barry. et al., 2005, "Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea", *The Journal of Services Marketing*, Vol. 9, No.3, p.133-139.
- Cahyono, Adi. 2015. The Influence of Brand Image, Price Perception, and Promotion on Brand Switching. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 1 No. 1 Januari 2015*
- Deighton, J., Carolin, M.H., & Scott A.N., 1994, "The Effects of Advertising on Brand Switching and Repeat Purchasing, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXXI, February, pp. 28-43
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. 11th edition*. McGraw-Hill, Irwin
- Irawan, Andry, dkk. 2013. "Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keinginan Berpindah Merek Handphone (Survei Pada Pengguna Handphone Di Kota Purwokerto)", *Jurnal Performance*. Vol. 11 No.1 Maret 2010 (p.83-106).
- Junaidi, Shellyana dan Dharmmesta, B.S. 2002. "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek", *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia Vol.17. No.1 h. 91-104*.
- Khairani, N., 2011, Analisis Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Konsumen, Iklan, Word Of Mouth dan Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek pada Sabun Pembersih Wajah, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. 2000. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip . 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip dan Armstrong Gery. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran-Jilid 2 Edisi 8*, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas*, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusdyah, Ike. 2012. Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, April 2012*.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Monroe, Kent B ; 1990; Pricing : *Making Profitable Decision, 2th Edition*. Singapore : Mcgraw- Hill
- Morissan, M.A. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana
- Mousavi, Masoud and Mohammad Rahim Esfidani. 2013.A Comprehensive Model of Customers' Complaint Behavior1. *Internasional Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 3(5), pp: 2222-6990*
- Mowen dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Noviandra K, W Mahestu. 2006. "Evaluasi Citra Produk dan Accessibility pada Perilaku Perpindahan Merek Pembelian Produk Pemutih Kulit". *MODUS, Vol. 18, No. 1, h. 62-72*
- Nugraha, Finnan Aditya Ajie, Suharyono dan Andriani Kusumawati. 2011. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1 Mei 2015 administrasibisnis. studentjournal.ub.ac.id*
- Parvinn., and Chowdhury, H.K. 2006. "Consumer Attitude Toward Mobile Advertising in Emerging Market: An Empirical Study." *International Journal Mobile Marketing 33-42*.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Schiffman, L., & Kanuk, L. 2007. *Perilaku Konsumen: Edisi Kedua*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.

- Shukla, Paurav. 2004. Effect of Product Usage, Satisfaction and Involvement on
- Silverman, George. 2011. *The Secret of Word-of-Mouth Marketing: How to Trigger Exponential Sales through Runaway Word-of-Mouth*. AMACOM (American Management Association) Books. New York
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Keempat. Bandung: Penerbit Alfa Beta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Andi
- _____. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Susanto, Yosua Dwi. 2016. Pengaruh Variety Seeking, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Perpindahan Blackberry Ke Smartphone. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 2, Februari 2016 .
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, Cetakan I.
- Swastha, Basu. dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Penerbit Liberty
- Tanoni, V. R. 2010. Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli Konsumen melalui Citra Merek dan Sikap pada Minuman Isotonic Mizone di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.6, No.1, Maret: hal 43-58.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*”. *Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi Offset
- _____. 2012. *Strategi Pemasaran. Ed. II*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widyasari, Suzy. 2008. "Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Sepeda Motor." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, September 2008, Vol. 15, No.2, p. 107 – 127.
- Zainudin, Yusup. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*| Volume 2 Nomor 3 Juli 2014.