

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. C.V.Alfabeta.
- Anang Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran*. Deepublish.
- Anggreyni, I., Hardilawati, W. L., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Variety Seeking Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Switching (Studi Kasus Produk Scarlett Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 236–245.
- Anisa, N. A., Darim, A., Widawati, E., Gayatri, V. K., & Widjatmiko, A. G. (2022). Customer Dissatisfaction And Electronic Word Of Mouth Towards Brand Switching Behavior To Wardah Products. *Procedia Of Social Sciences And Humanities*, 3, 534–540.
- Cahyono, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2015). The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Brand Switching. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)| Vol, 1(1)*.
- Dan, K. (2012). *“Manajemen Pemasaran” Edisi Ketigabelas Jilid 1 Dan 2 Dialihbahasakan* (B. Sabran (Ed.)). Erlangga.
- Dianti, I. (2016). Pengaruhatribut Produk, Harga, Variety Seekingdan Ketidakpuasan Konsumenterhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Di Mataram. *Jurnal Sangkareang Mataram*, 2(3), 18–23.
- Dr.Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Implementasi*. Andi Offset.
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Felicia, I. (2024). The Effect Of Variety Seeking, Dissatisfaction, And Service Quality Toward Brand Switching On Netflix Streaming Service. *Social Science Studies*, 4(1), 52.
- Firdaus, F., & Budiman, B. (2021). The Impact Of Brand Image, Price, And Variety Seeking On Brand Switching Behavior. *Journal Of Advanced Multidisciplinary Research*, 2(2), 78–89.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku konsumen: Sikap dan pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbit Budi Utama)
- Ghozali, I. (2016). *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya*. Yoga Pratama.

- Hamdani, M., & Yuliana, R. (2021). Pengaruh Keinginan Untuk Mencari Variasi, Atribut Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Perpindahan Merk Dari Aplikasi Snapchat Kepada Instagram (Studi Pada Para Mahasiswa Di Purwokerto). *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 13(2).
- Hardiana, C. D., Yusril, Y., & Intani, A. L. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Word Of Mouth Dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Iphone Ke Merek Lain. *Jurnal Pajak Dan Bisnis (Journal Of Tax And Business)*, 5(1), 1–10.
- Huda, A., Nurlaela, L., Prasetya, S. P., & Arianto, F. (2020). *Problem Based Learning Compared To Discovery Learning In Effectiveness Of Mathematics Learning Outcomes*.
- Hutauruk, S. M. L., Hadi, P., & Handayani, T. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap Penggunaan E-Wallet. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 339–348.
- Indarwati, Y., & Untarini, N. (2017). Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–11.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indriani, A. R., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Ewom Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Galaxy Series Yang Berpindah Ke Iphone). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(2).
- Kamariyah, S. (2020). *Pengaruh Brand Image, Variety Seeking Dan Brand Ambassador Terhadap Perpindahan Merek (Brand Switching) Dari Merek Shampo Lain Yang Beralih Ke Merek Shampo Pantene (Studi Pada Mahasiswa Stie Putra Bangsa Kebumen)*. Universitas Putra Bangsa.
- Keller, K. L., & Richey, K. (2006). *The Importance of Corporate Brand Personality Traits to a Successful 21st Century Business*. *Journal of Brand Management*
- Kotler, P., And Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi).
- Kotler, Philip Dan Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Pt Indeks.
- Loprang, J. V. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Perpindahan Merek Mie Instan (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(4).
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Mcgraw-Hill.

- Mowen, John C Dan Minor, M. (2018). *Perilaku Konsumen Jilid 2* ((Edisi Kel). Erlangga.
- Musabih, M. (2017). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 123–134.
- Nilasari, D. R., & Yoestini, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Lifebuoy Di Semarang*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2012). *Consumer Behavior Marketing (9th Ed.)*. McGraw Hill.
- Prasetya, A., Nugroho, Y., & Lestari, D. (2020). *Variety seeking behavior: A review of consumer switching tendency*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Konsumen.
- Pulasari, G. N. D., & Raka Sukawati, T. G. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan, Variety Seeking, Dan Brand Image Terhadap Brand Switching Dari Smartphone Android Ke Iphone. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(02), 207. <https://doi.org/10.24843/Eeb.2024.V13.I02.P01>
- Shellyana Junaidi & Basu Swastha Dharmmesta. (2016). *Pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk, dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek*. Journal of Indonesian Economy and Business, 30(2), hlm. 116–136.
- Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., & Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi Dan Teori*. Iocs Publisher.
- Sofwatillah, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran: Teori dan implementasi* (Edisi ke-1). Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Penerbit Cv. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. In Bandung: Alfabeta (Vol. 1, Issue 11).
- Suharseno, T., Hidayat, R., & Dewi, D. A. L. (2013). *Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi*. Buletin Studi Ekonomi, 18(2), 176–182.

- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (Edisi ke-2). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- 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(2).
- Tafiprios, T., & Astini, R. (2019). Perilaku Brand Switching Pengguna Telepon Seluler Smartfren. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 275785.
- Tantri, F., & Abdullah, T. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.
- Widargo, S. A., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Ketidakpuasan Pasca Konsumsi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Indihome. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2051–2163.
- Yani, T. E., Budiati, Y., Nusair, A. E., & Santoso, A. (2022). Impact Of Service Quality, Customer Dissatisfaction And Variety-Seeking On Brand Switching Intention. *Relevance: Journal Of Management And Business*, 5(2), 99–116.