

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. 2009. *Marketing Management*, Twelfth Edition. Pearson Prentice Hall. USA.
- & Armstrong, G. (2008). Dalam 12 (Penyunt.), *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul, Jerry C Olson. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Ninth Edition. New York. McGraw Hill.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Siregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- . (2013). Dalam *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). Dalam R. Sikumbang (Penyunt.), *Perilaku Konsumen* (2 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2008). Dalam *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- . & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

JURNAL :

- Emelia, S. (2013). Pengaruh Atribut Produk, dan Variety Seeking terhadap Brand Switching Konsumen Rinso ke Merek Lain di Kota Padang.
- Pratiwi, E. W., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Brand Switching) (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Yang Berpindah Merek Menuju Kartu Seluler Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*, 38(1).
- Wijaya, Y. S., DH, A. F., & Sunarti. (2014). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK. *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*, 12(2).

- Pantawis, S., & Kristanto, R. S. (2016). Analisis Brand Switching Media Sosial (Studi Pada Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berbisnis di Kalangan Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal EBBANK*, 7(2).
- Putri, M. S., & Budiadi, S. (2015). Pengaruh Atribut Produk dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Produk Indomie (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya).
- Asse, A. (2017). PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN PERILAKU PENCARIAN VARIASAI TERHADAP PERILAKU MAHASISWA BERPINDAH MEREK PONSEL. 4(2).
- Wibowo, S. F., Kurnaen, T., & RP, A. K. (2014). PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN VARIETY SEEKING TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK HANDPHONE NOKIA KE SMART PHONE SAMSUNG. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 5(1).
- Yunita, D., & Aslamia, R. (2016). Pengaruh Mencari variasi, Ketidakpuasan dan ketidak tersediaan produk terhada perpindahan merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(4).

WEB :

<https://sariayu.com/>