

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- B.S.Dharmesta, J. S. (2002). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol17.No.1 pp. 91-104.
- Bambang Presetyo, M. J. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bhote, K. R. (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Greater Profitability*. New York: AMACOM.
- Buharni, R. (2010, januari 23). *ANTARANEWS.COM*. Dipetik Februari 20, 2018, dari antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/170916/pakar-sabun-mandi-tidak-disarankan-untuk-wajah>
- Chatrin, K. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Switching Terhadap Bread Boutiques di Supermall Pakuwon Indah (SPI) Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Cravens. (2002). *Strategic Marketing, Sixth Edition*. Irwin McGraw Hill.
- Gerard, C. (2004). Consumer switching behavior in the asian banking market. *Journal of Service Marketing*, Vol. 18 Issue: 3, pp. 215-223.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ke 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponeoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawati, T. (2012, Maret 6). *Trias Irawati*. Dipetik Februari 20, 2018, dari triasnu.wordpress.com: <https://triasnu.wordpress.com/2012/03/06/definisi-kategori-produk-dan-contohnya/>
- John C Mowen, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lien Ti Bei, Y.-C. C. (2001). an ntegrated model for the effect of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairnes on consumer satisfaction and loyalty. *Journal of Marketing Research*, 128.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peter, O. (2002). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.

- Ridgway, H. d. (1984). Variety Seeking As an Explanation For Exploratory Purchase Behavior: a Theoretical Model. *Advances in Consumer Research*, Vol.11 114-119.
- Schiffman, K. &. (2007). *Perilaku Konsumen*. PT. Index.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for Bussiness Edisi 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suharsimi, A. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan edisi revisi 5*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Utarestantix, W. G. (2012). Do Costumer Dissatisfaction and Variety Seeking Really Affect the Product BrandSwitching? A Lesson from the Biggest Southeast Asia Mobile Telecommunication Market. *Journal of Marketing Research & Case Studies*.
- Van Trijp, H. I. (1996). Why Switch? Product Category: Level Explanations for True Variety-Seeking Behavior. *Journal of Marketing Research*, 33:281.
- Werner, K. W. (2004). The Customer relationship management Process: Its Measurement and Impact on Performance. *Journal of Marketing Research*, 293:305.