

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PERSEPSIAN,
KEBUTUHAN Mencari VARIASI, DAN
PEMASARAN DARI MULUT KE MULUT
TERHADAP PERPINDAHAN MEREK
DARI MEREK KOSMETIK WARDAH KE MEREK KOSMETIK LAINNYA**

*ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE,
PERCEIVED QUALITY, VARIETY SEEKING, AND WORD OF MOUTH
ON BRAND SWITCHING
FROM WARDAH COSMETIC TO OTHER COSMETIC BRANDS*



Oleh
VINI AUDIA
20140410170

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**