

Daftar Pustaka

- Aaker, A. David. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Allenby, G. M., & Rossi, P. E. (1991). Quality Perceptions And Asymmetric Switching Between Brands. *Marketing Science*, Vol. 10, Num, 185-204.
- Arundina, D. O., Sriwidodo, U., & Wibowo, E. (2016). Analisis Pengaruh Harga Kualitas Produk, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Iklan Produk Pesaing Terhadap Keputusan Paerpindahan Merek Pada Konsumen Pembalut Wanita Charm. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Vol. 16 Edisi Khusus April*.
- Assael, H. (2007). *Consumer Behaviour and Maarketing Action, 6th Edition*. USA: Sotuh-Western College Publishing.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2017). *www.cekbpom.pom.go.id*. Diakses tanggal 11 November 2017.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *http://sp2010.bps.go.id/*. Diakses tanggal 11 November 2017.
- Belch, G. E., & Belch , M. A. (2009). *Advertising And Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. 8Th Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No. 3*.
- Fachlovi, V. R. (2012). Analisis Perilaku Konsumen Beralih Merek Pada Pembelian Kartu Perdana Seluler GSM Di Kota Yogyakarta. *Tesis Program Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guoqing, G., Zhongke, Z., Kai, C., & Xiaofan, W. (2010). The Influence Of WOM On Consumers Intention Of Brand Switching: The Mediate Role Of

Subjective Norms. *Marketing Science And Management Technology Conference, Vol. 12, Num 9.*

- Harsasi, M. (2006). WOM Dalam Industri Jasa: Kaitannya dengan Sikap dan Kemungkinan Membeli. *Jurnal Bisnis Strategi. Vol 15, No. 1*, 31-41.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2010). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy 11th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Innovation, P. A. (2018). <https://www.paragon-innovation.com/about-paragon>. Diakses 12 Januari 2018.
- Jaringan Data Dan Informasi Hukum BPOM. (2018). <http://jdih.pom.go.id/showpdf.php?u=t%2FKb8apjohNRb79bYNgjmBI6GmZmZIiglgKxICZeG5w%3D>, Diakses 5 Februari.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Lo, S. C. (2012). Consumer Decisions: The Effect Of Word Of Mouth. *The International Journal of Organizational Innovation Vol 4 Num 3.*, 188.
- Loprang, J. V. (2015). Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Perpindahan Merek Mie Instan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol. 3, No. 4.*
- Loudon, D. L., & Albert J, D. B. (2004). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications, third Edition*. Singapore: McGraw-Hill.
- Nilasari, D. R., & Yoestini. (2012). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga, Dan Kebutuhan Maencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Lifebuoy DI Semarang. *Diponegoro Journal Of Management, Vol. 1No. 2*, 23-33.

- Oktariko, T., & Indriani, F. (2011). Analisis pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berpindah Merek Pada Konsumen Pembalut Wanita Kotex di Semarang. *Doctoral Dissertation*.
- Pertiwi, A. (2016). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth Dan Iklan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Studi pada Perpindahan Produk Kosmetik dari Merek Pond's ke Wardah). *Jurnal Segmen Manajemen, Vol. 12, No. 2A*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, Edisi Kesembilan Buku 1, Alih Bahasa Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, Edisi Kesembilan Buku 2, Alih bahasa Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmawati, SE., MM., A., Fajarwati, SE., M.Si., & Fauziah, SE., M.Si. (2015). *Statistika Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behaviour, 7th Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Schiffman, L., Bednall, D., Cowley, E., O'cass, A., Watson, J., & Kanuk, L. (2001). *Consumer Behaviour. 2nd Edition*. Australia: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shukla, P. (2004). Effect of Product Usage, Satisfaction and Involvement on Brand Switching Behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Volume 16, Number 4*, 82-104.
- Stanton, W. J. (2005). *Prinsip Pemasaran, Edisi ketujuh, Alih Bahasa Drs. Yohanes Lamarto, MBA., MSM*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

- Top Brand Awards. (2017). http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1. Diakses 13 November 2017.
- Top Brand Awards. (2017). http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1. Diakses 13 November 2017.
- Trijp, H. V., Hoyer, W. D., & Inman, J. J. (1996). Why Switch? Product Category-Level Explanations for True Variety Seeking Behavior, Vol. 33. *Journal Of Marketing Research*, 281-292.
- Wahyudi, A. F., Irawan, B., & Subagio, N. A. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Perpindahan Merek (Studi Pada Konsumen Produk Lipstik Wardah Di Wilayah Perkotaan Jember) . *Artikel Ilmiah Mahasiswa 2014, Universitas Jember*.
- White, J. S., Li, J., Hu, T. W., Fong, G. T., & Jiang, Y. (2014). The effect of cigarette prices on brand-switching in China: a longitudinal analysis of data from the ITC China Survey. *Tob Controll*, Vol. 23, Num. 1, 154-160.