

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Arnould, Eric J. *et. al. Consumers*. New York: McGraw-Hill, 2002.

Bearden, William O. *et.al. Marketing: Principles and Perspectives Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill, 2007.

Blackwell, Roger. *Consumer Behavior First Edition*. Australia: Cengage Learning, 2006.

Bruce D. Keillor. *International Business in the 21th Century*. USA: Praeger, 2001.

Djaali & Pudji Muljono. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.

Engel, James F. *et. al. Consumer Behavior Sixth Edition*. USA: The Druden Press, 2001.

Ferrell and Hartline. *Marketing Strategy Fourth Edition*. USA: Thomson South-Western, 2008.

Gerhard Raab. *et. al. The Psychology of Marketing – Cross Cultural Perspectives*. USA: Gower Publishing Company, 2010.

Hanna and Wozniak. *Consumer Behavior: An Applied Approach*. USA: Prentice Hall. 2001.

Hawkins and Mothersbaugh. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill, 2010.

Hoyer, Wayne D. *et. al. Consumer Behavior Sixth Edition*. USA: South-Western Cengage Learning, 2013.

John C. Mowen. *Consumer Behavior Fourth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, 2000.

- Jonathan Sutherland & Diane Canwell. *Key Concepts in Marketing*. New York: Palgrave Macmillan, 2004.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Mowen dan Minor. *Perilaku Konsumen Edisi 5*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002.
- O'Guinn, Thomas Clayton. *Advertising and Integrated Brand Promotion*. USA: Cengage Learning, 2015.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy Ninth Edition*. New York: McGraw-Hill Irwin, 2010.
- Peter dan Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 4*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Peter dan Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik Dengan Statistik*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2012.
- Schiffman, Leon G. et. al. *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Education, 2015.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior: Buying, having, and Being*. New Jersey: Pearson Education, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Empat*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Vishwajeet Prasad. *Consumer Behavior*. New Delhi: Gennext Publication, 2009.

Sumber Jurnal:

- Ahmad Bashori, *Pengaruh Ketidakpuasan Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Smartphone Samsung Ke Merek Smartphone Lain Di Wilayah Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 6, No. 1, 2018, ISSN 2549-192X.
- Ali Fathoni. *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan, Iklan Komparatif dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek Pengguna Handphone Blackberry pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan*. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Volume II, No. 2, Juni 2016, ISSN 2502-3780.
- Anandhitya Bagus Arianto. *Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Volume 11, No. 2, Juni 2014, ISSN 1693-5241.
- Hui Sang, Fei Xue, dan Jinling Zhao. *What Happens When Satisfied Customers Need Variety? – Effects Of Purchase Decision Involvement and Product Category on Chinese Consumers' Brand-Switching Behavior*. Journal of International Consumer Marketing, Volume 30, Issue 3, March 2018, ISSN 0896-1530.
- Indah Fintikasari dan Elia Ardyan. *Brand Switching Behaviour in the Generation Y: Empirical Studies On Smartphone Users*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 20, No. 1, Maret 2018, ISSN 1411-1438.
- Johan Candra. *Pengaruh Faktor Promosi, Kualitas Produk, dan Ketidakpuasan terhadap Perpindahan Merek*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 2, No. 3, Juli 2014, ISSN 2549-192X.
- Liu Fan dan Suh Yung-Ho. *Why Do Users Switch To A Disruptive Technology? An Empirical Study Based On Expectation-Disconfirmation Theory*. Information & Management Journal, Volume 51, Issue 2, March 2014, ISSN 0378-7206.
- Setyo Ferry Wibowo, Teguh Kurnaen, dan Agung Kresnamurti. *Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Handphone Nokia Ke Smartphone Samsung*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Volume 5, No. 1, April 2014, E-ISSN 2301-8313.

Sumber Internet:

<https://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor> (diakses tanggal 24 April 2019)

<https://telset.id/254692/banyak-konsumen-iphone-beralih-ke-ponsel-china/> (diakses tanggal 24 April 2019)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/pengguna-smartphone-di-asia-tenggara-2016-2019> (diakses tanggal 24 April 2019)

<https://inet.detik.com/consumer/d-4015705/minat-belanja-ponsel-konsumen-indonesia-naik> (diakses tanggal 24 April 2019)

<http://intisari.grid.id/read/03897972/sering-lemot-adalah-alasan-mengapa-ponsel-samsung-kini-mulai-ditinggalkan?page=all> (diakses pada tanggal 24 April 2019)

<https://www.makemac.com/saya-juga-bosan-dengan-iphone/> (diakses pada tanggal 24 April 2019)