

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Dewa, C. B., Pradiatiningtyas, D., & Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta. Expert.
- Diwyarthi, N. D. M. A., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinanda, O., & Gemilang, F. A. (2022). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Padang. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Karmagatri, M., Riswanto, A., Asih, H. M., Faishal, M., Munawar, A., Evitasari, R. T., Meilin, A., & Baroroh, N. (2023). *Manajemen Hijau (Teori Dan Konsep)* (Efitra & Sepriano (eds.); 1st ed.) Jambi. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta. Deepublish.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Yogyakarta. KBM Indonesia.
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Sidoarjo. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik Dan Praktik* (Monalisa (ed.); 2nd ed.). Depok. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27th ed.). Bandung. Alfabeta

### **Jurnal**

- Agustian, A., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Instant Noodles Analisis Kepuasan Konsumen Dan Pencarian Variasi Terhadap Perpindahan Merek Pada Mie Instan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(July), 1490–1496.
- Azhar, Z., & Halim, E. H. (2023). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Brand Personality Terhadap Loyalitas Dan Brand Switching Gen Milleneal Dalam Memilih Provider Telekomunikasi. Jurnal Economica*. Vol. XI No 1 April 2023.

- Diputra, G. I. S., & Yoga, G. A. D. M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco Pratama Denpasar Bali. *Widya Manajemen*, 2(2), 69–80. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i2.908>
- Fauzi, & Lina. (2020). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. 1(1), 37–47.
- Febrya, I. W. V. (2016). Penggunaan “Green Cosmetic” dalam Mewujudkan Perilaku Kesadaran Lingkungan. *Ilmu Lingkungan*, 10(2), 199–203.
- Mufid, S., Nusaibatul, A. N., & Beliya, S. E. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>.
- Rahmania, S., Setiawan, R., & Cupiadi, H. (2023). Pengaruh Product Attribute dan Variety Seeking terhadap Perilaku Brand Switching Kartu Internet pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Garut. *Journal of Knowledge Management*, 17(1), 36.
- Safitri, A., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Dissatisfaction , Variety Seeking , Electronic Word of Mouth , dan Religiosity terhadap Brand Switching Produk Kosmetik Lain ke Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(1), 26-35.
- Saputri, V. N., Triwijayati, A., & Adriana, E. (2023). *The Influence of Sales Promotion , Online Customer Reviews , and Platform Trust on Brand Switching In the Use of Online Transportation in Malang City*. *American International Journal Of Business Management (AIJBM)*. 6(07), 46–56.
- Sulistio, A., Santoso, T., & Wijaya, S. (2021). Pengaruh Autentisitas Merek Terhadap Komitmen Merek Dengan Kepribadian Merek Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Produk Apple Sebagai Variabel Mediasi. *Scientific Repository*, 11(2), 1–21.
- Suparna, G., Ekawati, N. W., Suasana, I. G. A. K. G., & Sriathi, A. A. A. (2018). Menciptakan Green Brand Personality Bagi Merek Ramah Lingkungan. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12, 157.

Trifiyanto, K., Windasari, W., & Tuti, Z. (2021). *Membangun Ekuitas Merek Berbasis Konsumen Melalui Kepribadian Merek di E-Commerce*. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(2), 1–23.

Vannia, D., Sadat, A. M., & Sari, D. A. P. (2022). Pengaruh Green Marketing, Environmental Concern, Attitude Toward Behavior Terhadap Purchase Intention Skincare Lokal di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 852–863.

Victoria, M., & Purwianti, L. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Produk Skincare Dengan Mediasi Trust pada Kalangan Generasi Z di Kota Batam. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 465. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.572>.

Yamini, E. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 882–888. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/137>

### **Skripsi**

Ganabillah, H. I. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura White Di Wilayah Jakarta Timur. Program Studi Manajemen. Universitas Darma Persada. Jakarta.

Humaid, M. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Switching (Studi Kasus Pada Pengguna Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite di DKI Jakarta). Program Studi Manajemen. Universitas Darma Persada.

Kusmawan, H. (2022). Pengaruh Atribut Produk Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Ke pengguna Sepatu Vans ( Studi Pada Oraqlle & Co Vans Authorized Dealer Bandung ). Program Studi Manajemen. universitas komputer indonesia. Bandung .

Maharani, A. S. (2023). Pengaruh Inovasi Merek Dan Kulaitas Yang Dirasakan Terhadap Nilai Yang Dirasakan Konsumen Pada Merek Produk Kecantikan Lokal “Somethinc”: Mediasi Oleh Pengalaman Dan Kepribadian Merek.

Program Studi Manajemen. universitas islam indonesia. Yogyakarta.

Noviyanti, D. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Kepada Konsumen di Wilayah Kota Bekasi). Program Studi Manajemen. Universitas Darma Persada. Jakarta.

Prayogo, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Vans Di Kota Bekasi. Program Studi Manajemen. Universitas Darma Persada. Jakarta.

Wardani, W. A. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Country Of Origin Terhadap Purchase Decision Produk Skincare Lokal Serum Wajah Somethinc (Survei pada konsumen Somethinc di pengikut akun twitter @ohmybeautybank). Program Studi Manajemen. Universitas Darma Persada. Jakarta.

