

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Dale Timpe Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Pt Prenhalindo.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol1.Iss1.127>
- Agmeka. (2022). Pengaruh Brand Reputation Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 249–245. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11194>
- Andriani, A. D., & Menuk Sri, C. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 194–207.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Darmansah, Y. &. (2020). *Ekonomi, Fakultas Dirgantara, Universitas Suryadarma, Marsekal*. 1(1), 15–30.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandi Ciptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Garnis. (2022). *Pengaruh Reputasi Merek dan Kualitas Layanan*. 8(4).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi kedua). BPFE.
- Hermawan. (2011). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Hermawan, S., & Hanun, N. R. (2018). *Etika Bisnis Dan Profesi* Disusun. In *UMSIDA Press*.
- Keller, K. (2012). *Marketing Mngement Jilid I* ((12 ed.)). Erlangga.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and*

*managing Brand Equity* (3th Editio).

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin, Lane, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin Molan. (ed.); Edisi Kedu). PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin, Lane, K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi).

Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi tiga). Erlangga.

Kotler dan Amstrong. (2012). *Prinsipprinsip pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 12 Jilid 2). Erlangga.

Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran*. (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat.

Kotler, P. dan K. (2016). *Marketing Manajemen* (14th ed.). Global Edision Pearson.

Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Mitra Wacana Media.

Marlena, N. I. N. (2022). Pengaruh brand reputation dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian branded preloved di thriftshop online instagram. *JURNAL MANAJEMEN*, Vol 14, No 2 (2022): Juni, 239–245. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/11194/1946>

Mowen, J. C. M. M. (2008). *Consumer Behavior*. ew Jersey Prentice.

Ni'matur Rahmayanti dan Muchammad Saifuddin. (2021). *Volume 4, Nomor 2, Tahun 2008*. 4, 93. [www.digimind.id](http://www.digimind.id)

Parhizgar. (2015). Effect of Brand Factors on Customer Loyalty. *Jurnal GMP Review of Marketing*, 18 (2), 112.

Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya.

- Savira, J. K. D. I., & Yulianti, V. S. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(1), 110–118. <http://dx.doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.12>.
- Silaban, B. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Harga Dan Pemasaran Hijau Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Lcgc Toyota Agya. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(3), 165–186.
- Silalahi, R. Y. B., & Susantri, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 2(2598–8107), 83–94. [ejournal.stiegalileo.ac.id](http://ejournal.stiegalileo.ac.id)
- Simamora. (2004). *Analisis Multivariat Pemasaran*. PT, GramediaPustakaUmum.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, W. J. (2004). *Prinsip Pemasaran* (Edisi Ketu). Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek : Peran Karakteristik merek, Perusahaan dan Hubungan PelangganMerek. *Manajemen*, 6 No 1, 71.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Andi.