

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Aaker, D. A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity* (Free Press).
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Adjie, N. L., & Claretta, D. (2023). Fenomena Thrift Shop Dikalangan Remaja: Studi Fenomenologi tentang Thrift Shop di Kalangan Remaja Surabaya. *Dawatuna: Journal Of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 36–44. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i1.2201>
- Agustin, I. N., Purwianti, L., Ana, A., Danielson, D., Hernando, H., Marcella, K., & Rusiana, N. (2023). Pengaruh Perceived Quality, Brand Satisfaction, Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 662–678. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12487>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajeen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Ardarani, G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Thrifting. *INDEPENDENT: Journal of Economics*, 3(2018), 42–52.
- Ariani, D. W. (2020). *Manajemen Kualitas*. Universitas Terbuka.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.

- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meiliani, Y. F. C. P., & Suryawan, I. N. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412–426. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Bilkistiana, Y., Sari, M. S., & Sasongko, I. M. (2021). Membuat Strategi Promosi dalam Membangun Brand Awareness terhadap Rumah Makan Padang Panjang di Instagram. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–8. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10960/6244>
- Bram, D. (2022). *Fenomena Pakaian Bekas Impor, Sosiolog UNS: Antara Brand dan Eksistensi*. Jawa Pos Radar Solo. <https://radarsolo.jawapos.com/opini/841689481/fenomena-pakaian-bekas-impor-sosiolog-uns-antara-brand-dan-eksistensi>
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- DataIndonesia.id. (2024). *Data Impor Pakaian Bekas di Indonesia pada 2013-2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/data-impor-pakaian-bekas-di-indonesia-pada-20132023>
- Dewi, E., & Mulyanti, D. (2023). Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 49–54.
- Faisal, M. E., Savitri, C., & Suroso. (2023). The Influence Of Price And Product Quality On The Purchase Decision Of Thrift Clothing In Buttress Market Store. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7857–7862. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidy, N., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 720–728. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Hapriyanto, A. R. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(6), 108–117.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hidayah, F. N. (2023). Ada 49,4% Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/Fitrinurhdyh/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sP7wi>
- Huda, N., Hulaify, A., Zakiyah, Z., & Komarudin, P. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.155>
- Imaroh, N., & Marlana, N. (2023). Pengaruh Brand Reputation dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 14(2), 94–100. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11194>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

- Juara, C. H. (2023). *Thrift Shop Dampak Positif Dan Negatifnya*. <https://citarumharum.jabarprov.go.id/thrift-shop-dampak-positif-dan-negatifnya/>
- Karnawati, T. A., & Santoso, R. (2023). Keputusan Pembelian Sepatu di FU Second Branded Malang yang dipengaruhi oleh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 480–487. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.292>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management (4th ed.)*. Pearson Education.
- Latifah, V. U., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop Online Instagram (Studi Pada Konsumen @kenangan.mantann Di Kota Kendal). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 409–420. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i2.12733>
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.873>
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Narvatinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Thrift Shop Online di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen @Thriftbuy.Me

- Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan (JBK)*, 12(1), 13–22.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Oktavia, R. C. D., Osman, I. E., Sulistiyo, T. D., Laksmi, G. W., & Tarigan, E. (2024). The Role of Price in Mediating Product Quality on Purchasing Decisions at Cipadu Market, Tangerang City, Banten Province. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 103. <https://doi.org/10.31602/atd.v8i1.13061>
- Pratama, M. A. D., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Produk Thrifting Store Swoosh. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 78–85. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3608>
- Ramadhan, A., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sneakers Room Medan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 425–434. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2119>
- Rosalina, D. (2023). *Pemerintah Larang Fashion Impor Bekas, Kok Bisnis Thrifting Masih Marak?* Cxomedia. <https://www.cxomedia.id/business-and-career/20230303170929-61-178126/pemerintah-larang-fashion-impor-bekas-kok-bisnis-thrifting-masih-marak>
- Safitri, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Beat Pada Dealer CV. Zam-Zam Honda Motor Lubuk Jambi. *JOM FISIP*, 10(1), 1–18. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/34219/32873>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

- Sari, E. R., Ningrum, & Dewi, T. A. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 150–158. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Teja, Y., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(5), 1010–1021.
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland III, A. J. (2016). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, Concepts and Readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi Offset.
- Vicamara, U., Santoso, A., & Riawan, R. (2023). Thrift Shopping Intention; Understanding The Influencers Of Second-Hand Apparel Shopping Behavior. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 26(2), 393-412.
- Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop. *Journal Of Comprehensive Science*, 2(4), 945.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.