

DAFTAR PUSTAKA

- Adel Andila Putri. 2023. "Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir". <https://data.goodstats.id/statistic/statistik-import-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo>. Diakses tanggal 3 November 2024.
- Admin Web Bea dan Cukai. 2023. "Legalitas Thriffting Dalam Kacamata Bea Cukai". <https://www.beacukai.go.id/berita/legalitas-thrifting-dalam-kacamata-bea-cukai.html>. Diakses tanggal 4 November 2024.
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2024). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(2), 61-70.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta : Bandung.
- Aprillia Darmansah & Sri Yanthy Yosepha. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15–30. <https://doi.org/10.35968/pkaby422>
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing 5th Edition* (5th ed.). Routledge.
- Chairul Akbar, M. J., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(3), 45–51.
- Chusniasari dan Prijati. (2015). Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement* dan *Hedonic Shopping* terhadap *Impulse Buying* Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.4. No.12. Desember. Hal: 1-21.
- Deviana Ni Putu Siska & Giantari I Gusti Ayu Kt. (2016). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* Masyarakat di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.5. No.7. Hal: 5264-5273. ISSN: 2302-8912.
- Ellynda Kusuma Anggraeni. 2021. "Fear Of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen". <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html#:~:text=Apakah%20kamu%20tidak%20asing%20dengan,%2C%20tren%2C%20dan%20hal%20lainnya>. Diakses tanggal 2 November 2024.

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Galingging, A. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Im3 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
- Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Sembilan* Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2009, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"
- Ghozali, Imam, 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS" Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: BP: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Haryanti, T. (2021). Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli dengan Metode Pembayaran Cash on Delivery. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 8(2), 113-120.
- Hutagaol, C. D. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *A framework for marketing management*. Boston, MA: Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedua Belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Krisna, A., Agus, Adetiya, L., Nur, F., Marina, & Shodikin, R. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Media Sains Indonesia.
- Melati, R., Yusnita, R. T., & Rahwana, K. A. (2022). *Purchasing Decision Analysis Is Reviewed From Lifestyle , Price Perception And Product Quality*. 2(3), 905–918.
- Mokoagouw, M. L. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 493-502.

- Muharam, Wifky dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Proseding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK*, pp. 755-762.
- Oktawiningsih, E. (2023). Fenomena Thrifting terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 348-353.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022a). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Rinda Romdonah, (2015) *Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih)*
- Sakina A.A. (2017). *Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount, Fashion Involment dan Promosi Penjualan terhadap Impulse Buying (Studi pada konsumen Fashion Beberapa Mal di Bandar Lampung*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Santoso . (2010). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto, 2011, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta
- Szczepaniak, M. (2015). Fashion Involvement and Innovativeness, Self-Expression Through Fashion and Impulsive Buying as Segmentation Criteria: Identifying Consumer Profiles in the Turkish Market. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 1(1), 1–15.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Winarno. (2013). *Pembelajaran pendidikan kewarganegaraan*. Jakarta: Bumi Aksara