

DAFTAR PUSTAKA

- (Kbbi), K. B. B. I. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Dasar Dan Menengah Republik Indonesia.
- Abosag, I., Ramadan, Z. B., Baker, T., & Jin, Z. (2020a). No Title. *Journal Of Business Research*, 117(C), 862–872. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.016>
- Abosag, I., Ramadan, Z., Baker, T., & Jin, Z. (2020b). Customers' Need For Uniqueness Theory Versus Brand Congruence Theory: The Impact On Satisfaction With Social Network Sites. *Journal Of Business Research*, 117(Sept), 862–872. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.016>
- Adi, I. W., & Putra, U. (2024). Pengaruh Brand , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(6), 1102–1110.
- Ambardi, A., Aini, N., Husnayeti, H., & Helmi, H. R. (2023). Dampak Brand Image, Fashion Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Online Shop. *Jurnal Maneksi*. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:259802366>
- Apprilia, R. D., & Dwijayanti, R. (2021). Kecintaan Merek Lokal, Fashion Lifestyle, Dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sneakers Ventela. *Jurnal Inovasi Dan Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/10.24036/011120470>
- Aprilia, A., Yantu, I., Juanna, A., & Asnawi, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik Store Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3).
- Ardrarani, G., & Rachmawati, L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Thrifting. *Independent: Journal Of Economics*, 3(2), 42–52. <https://doi.org/10.26740/Independent.V3i1.55176>
- Arianti, R., Rahayu, S., & Ayu, P. D. (2025). Pengaruh Fashion Lifestyle , E-Wom , Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Thriftme . *Cloth Boja*. 8(2), 1–14.
- Arikunto, S., Suhardjono, & Supardi. (2012). *Penelitian Tindakan Kelas*. Bumi Aksara.
- Arumsari, D. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk)*

Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart Kpri Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Universitas Diponegoro.

Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.

Ayu, P., Fanani, F., Rapini, T., & Farida, U. (2024). *Pengaruh Lifestyle , Fashion Involvement , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Di Looly Thrift Ponorogo*. 4, 9716–9729.

Bilgies, A. F. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 1(1), 78–90. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V1i1.7>

Elida, S. S., Wahyuarini, T., & Sofiana, E. (2022). Kebutuhan Konsumen Untuk Keunikan , Pengetahuan Lingkungan , Sikap , Minat Pembelian Mobil Listrik. *Jurnal Ekoomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembanng*, 11(2), 324–337.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish. <https://id.scribd.com/document/613440891/Perilaku-Konsumen-Anang-Firmasnyah>

Fitriani, A., & Lindawarti, Y. I. (2024). *Eksistensi Budaya Thrifting (Pakaian Bekas) Sebagai Tren Fashion Mahasiswa*. 7.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited. <https://books.google.co.id/books?id=Vvxznqeacaj>

Haryanti, I., & Falah, A. M. (2023). Fenomena Thrifting Sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *Atrat: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 205–221. <https://doi.org/10.26742/Atrat.V11i2.3188>

Heryana, A. (2020). *Hipotesis Penelitian*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.11440.17927>

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian* (M. Pradana (Ed.)). Eureka Media Aksara.

Imelda Uzhma Shinta. (2025). *Pengaruh Social Environmental Awareness, Need*

For Uniquennes, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Thrift Shop Persepsi Generasi Z. Universitas Putra Bangsa.

Karnawati, T. A., & Santoso, R. (2023). *Keputusan Pembelian Sepatu Di Fu Second Branded Malang Yang Dipengaruhi Oleh Gaya Hidup , Harga Dan Kualitas Produk.* 06(September), 480–487.

Katadata, D. (2025). *Tren Impor Pakaian Bekas Masih Tinggi Sampai Agustus 2025.* Katadata.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Perdagangan/Statistik/68f9c0ba61200/Tren-Impor-Pakaian-Bekas-Masih-Tinggi-Sampai-Agustus-2025>

Knight, D. K., & Young Kim, E. (2007). Japanese Consumers' Need For Uniqueness: Effects On Brand Perceptions And Purchase Intention. *Journal Of Fashion Marketing And Management*, 11(2), 270–280.
<https://doi.org/10.1108/13612020710751428>

Koesherawati, U. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle Terhadap Purchase Intention(Studi Pada Konsumen Fashion Street Wear Brand H&M Di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2).

Kotler, P., & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (Eds.); 12th Ed.). Pearson Education, Erlangga (Versi Bahasa Indonesia).
<https://id.scribd.com/document/436592785/Prinsip-Prinsip-Pemasaran-Philip-Kotler-Gary-Armstrong-Jilid-1-Edisi-12-1-Pdf>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Pearson Education Inc (Ed.); 12th Ed.).

Li, G., Li, G., & Kambele, Z. (2012). Luxury Fashion Brand Consumers In China: Perceived Value, Fashion Lifestyle, And Willingness To Pay. *Journal Of Business Research*, 65(10), 1516–1522.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.019>

Lina, R. (2018). Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing. *Economic, Accounting, Management And Bussiness*, 1(1), 91–100.

Ma, B., Adam, S. W. B., Teo, C.-C., & Wong, Y. D. (2024). How Do Consumers' Fashion Lifestyles Differentiate Their Logistics Preferences For Fashion Products? *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 79, 103798.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103798>

Mayasari, I. (2009). Need For Uniqueness: Konsep Teoretis, Konteks Sosial Dan

Dilema Pengukuran Dalam Ilmu Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmial Psikologi*, 2(1), 1–99.

Mitchell, A. (1970). *Values And Lifestyles (Vals)*. Sri International.

Nathania, G. (2018). *Hubungan Antara Kebutuhan Akan Keunikan (Need For Uniqueness) Dengan Intensi Membeli Fashion Premium Pada Generasi Y*. Universitas Sanata Dharma.

Nuriyati. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Perhiasan Diva* [Universitas Pembangunan Jaya]. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6372/>

Permatasari, A., Rahmadhan, S., & Firdausy, W. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Thrift Shop Terhadap Tingkat Konsumsi Fashion Di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 93–107. <https://doi.org/10.15642/jik.2021.11.1.93-107>

Prastyawan, A., & Lestari, Y. (2020). *Pengambilan Keputusan*. Unesa University Press. <https://id.scribd.com/document/534931533/Agus-Prastyawan-Yuni-Lestari-2020-Pengambilan-Keputusan-978-602-449-464-3-Viii-157>

Rahma, P. F. (2025). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Fashion Lifestyle, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Di Madiun (Studi Kasus Pada Konsumen Thrifting Madiun)*. Universitas PGRI Madiun.

Rahmah, A. R. (2025). *The Influence Of Fashion Lifestyle , Brand Image , And Product Quality On Thrifting Purchasing Decisions At Likes . Id Mantup*. 1(1), 1–7.

Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). *Pengaruh Brand Image , Harga , Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen @ Rilyshop Di Kota Surabaya)*. 4.

Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk Dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2, 2722–2739. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.896>

Ristiana, E. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembeian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. . (2021). *Pengaruh Harga Dan*

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan. 2(3).

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007a). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=Vtrpngeacaaj>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007b). *Consumer Behavior* (9th Ed.). Pearson Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=Vtrpngeacaaj>
- Septiyadi, M. A. Kohar, Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.V3i1>
- Snyder, C. R., & Fromkin, H. L. (1977). Abnormality As A Positive Characteristic : The Development And Validation Of A Scale Measuring Need For Uniqueness. *Journal Of Abnormal Psychology*, 86(5), 518–527.
- Soh, C. Q. Y., Razei, S., & Gu, M.-L. (2017). A Structural Model Of The Antecedents And Consequences Of Generation Y Luxury Fashion Goods Purchase Decisions. *Young Consumers: Insight And Ideas For Responsible Marketers*, 18(2), 180–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/Yc-12-2016-00654>
- Stall-Meadows, C., & Widener, L. S. (2013). *Why Would Anyone Wear That?: Fascinating Fashion Facts*. Intellect. <https://books.google.co.id/books?id=Neihwpe5zk0c>
- Suarningsih, N. K., Nugroho, W. B., & Aditya, I. G. N. A. K. (2022). Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Udayana*, 1–12.
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact Of Influencers In Consumer Decision Process : The Fashion Industry. *Scms Journal Of Indian Management*, 14–30.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Pt Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabet.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (2nd Ed.). Pt Ghalia Indonesia. <https://id.scribd.com/document/509665337/Ujang-Sumarwan->

Perilaku-Konsumen-Teori-Dan-Penerapannya-Dalam-Pemasaran

- Suryana, P. (2013). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang*. 12(2).
- Susanti, L., & Triatmaja, M. F. (2023). Thrift Hunter : Why Wear Used Clothes ? *Sentralisasi Universitas Muhammadiyah Sorong*, 60–71.
- Tepper, K., & Hoyle, R. H. (1996). Latent Variable Models Of Need For Uniqueness. *Multivariate Behavioral Research*, 31(4), 467–494. https://doi.org/10.1207/S15327906mbr3104_4
- Tian, K. T., Bearden, William O, & Hunter, G. L. (2001). Consumer's Need For Uniqueness: Scale Development And Validation. *Journal Of Consumer Research*, 28(1), 50–66. <https://doi.org/10.1086/321947>
- Tjiptiono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasraan : Esensi Dan Aplikasi* (1st Ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Utami, C. W. (2008). *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Wafi, I. S. (2022). Pengaruh Niat Beli Barang Mewah Terhadap Perilaku Pembelian Pada Generasi Z. *Indonesian Journal Of Economics , Busussiness, Accounting, And Management*, 01(01), 16–31.
- Wardhana, A. (2024a). Keputusan Pembelian Konsumen. In M. Pradana (Ed.), *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Pp. 103–122). Eureka Media Aksara.
- Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop. *Journal Of Comprehesive Science*, 2(4), 941–948.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, Qfd, Dan Kano* (B. Sarwiji (Ed.); 1st Ed.). Indeks. <https://id.scribd.com/document/407867230/Buku-Mkj-2018-Pdf?>
- Yuniati. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Import, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrifting Di Batam*. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/6140>
- Zahriyah, A., Parmono, A., Suprianik, & Mustofa. (2021). *Ekonometrika: Tekhnik*

Dan Aplikasi Dengan Spss (S. Widagdo (Ed.); 1st Ed.).

Zamani, D. U., Amron, Waluyo, D. E., & Puspitasari, D. (2024). Keputusan Pembelian Barang Preloved Di Pasar Thrift , Stadion. *Jurnal Maneksi (Manajmen Dan Akuntansi)*, 13(4), 1085–1093.

