

DAFTAR PUSTAKA

- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). *Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management*. ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016, 42.
- Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016). *Y and Z Generations at Workplaces*. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106.
<https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Diantari, N. K. Y. (2021, February). *Fast Fashion sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar*. In *SANDI: Seminar Nasional Desain* (Vol. 1, pp. 98-104).
- Efrianti, E., & Idrus, N. I. (2020). *Preloved Shopping*. *Emik*, 3(1), 55-79.
- Elrod, C. (2017). *The Domino Effect: How Inadequate Intellectual Property Rights in the Fashion Industry Affect Global Sustainability*. *Indiana Journal of Global Legal Studies*, 24(2), 575-596.
<https://doi.org/10.2979/indjglolegstu.24.2.0575>
- Firdaus, Q., & Suhaeni, T. (2020). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung)*. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(2), 64-71.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. (2015). *Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 262–269.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.363>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.

- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). *Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli*. *Journal of Economic Education*, 5(2), 110-121.
- Kusumatriana, A. L., Rozama, N. A., Syakilah, A., Wulandari, V. C., Untari, R., & Sutarsih, T. (2020). *Statistik E-commerce 2020*. Statistics Indonesia, Catalog, (8101004).
- Leman, F. M., Soelityowati, J. P., & Purnomo, J. (2020). *Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan*. In Seminar nasional envisi 2020: Industri kreatif.
- Margono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan*: PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Permatasari, AS, Rahmadhan, S, Firdaus, WJ, & Meidianti, HL. (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>
- Pusat Standar Kebijakan Pendidikan Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?*. <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>. Diakses pada 10 September 2021.
- Putra, Y. S. (2017). *Theoretical review: Teori Perbedaan Generasi*. *Among Makarti*, 9(2).
- Putra W, G. S. (2019). *Peran Sosial Media Marketing Second Stuff Online Shop Instagram Terhadap Minat Beli Generasi Milenial Y Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Upn Veteran Jawa Timur (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur)*.

- Riselanov, M. E. R., & Anwar, A. A. (2020). *Penyutradaraan Fashion Film dengan Konsep Sustainable Fashion untuk Konsumen Fashion*. eProceedings of Art & Design, 7(2).
- Roux, D., & Guiot, D. (2008). *Measuring Second-hand Shopping Motives, Antecedents and Consequences*. Recherche et Applications En Marketing (English Edition), 23(4), 63-91.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), 3(1).
<https://doi.org/10.1200/JCO.2014.56.8501>
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). *Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris di Lembaga Kursus Bahasa Northern Lights Education Center (NLEC) Bandung*. EProceedings of Applied Science, 3(2).
- Sembiring, S. *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulsive Buying*. Univ. Komput. Indones., pp. 1–13, 2013.
- Soehartono, I. (2015). *Metode Penelitian Sosial Cetakan IX*. Bandung: Remaja: Rosdakarya.
- Susanto, Y. B., Setiawan, J., & Ariyanto, S. (2022). *Financial Planning for Millennials and Gen-Z (Study of Millennials and Gen-Z Financial Behavior)*. Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen, 14(1), 156–168.
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i1.2533>
- ThredUp. (2021). *2021 Fashion Resale Market and Trend Report | thredUP*. ThredUp.Com. <https://www.thredup.com/resale/#resale-industry>. Diakses pada 15 Januari 2022.
- Tulgan, B. (2013). *Meet Generation Z: The Second Generation Within The Giant" Millennial" Cohort*. Rainmaker Thinking, 125.
<https://doi.org/10.1002/cb.1559>

Yang S, Song Y, Tong S. (2017) *Sustainable Retailing in the Fashion Industry: A Systematic Literature Review*. *Sustainability*. 9(7):1266. <https://doi.org/10.3390/su9071266>

Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam*. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.

