

## Daftar Pustaka

- A.Rorong, G., Tamengkel, L. F., & Danny D.S Mukuan. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233.
- Afriyadi, A. D. (2019). RI Banjir Baju Bekas Impor, Sumbernya dari Negara-negara Ini. *Detik Finance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4743113/ri-banjir-baju-bekas-impor-sumbernya-dari-negara-negara-ini>
- Alsa, A. (2004). *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C. K. S., & Walker, D. A. (2019). *Introduction to Research in Education* (Tenth Edit). Cengage Learning, Inc.
- Assadurachman, A. (2017). *Marketplace Barang Bekas Kos Yogyakarta*.
- Buchari, A. (2006). *Pengantar Bisnis Edisi Kesebelas*. Alfabeta.
- Daradjatun, N. (2003). *Inspirasi Mode Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, K., & Mahargiono, B. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(2), 1–14.
- Dewi, R. Y. (2020). *Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game*. Universitas Komputer Indonesia.
- Fadli, Z., Februadi, A., Senalajari, W., & Kunci, K. (2021). *Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas*. 4–5.
- Fitriadi, E., & Rini, N. (2019). Kepuasan Konsumen Pada Showroom Perintis. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 9, 56–70.
- Ghonyah, N., & Ani, U. (2013). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Blackberrydi Semarang. *Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 34, 1–19.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 2).

- Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Gulfira, N. (2016). *The Art of Thrifting*. Mizan.
- Komalasari, K. (2011). *Pembelajaran Kontekstual*. PT. Refika Aditama.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (14th ed). Prentice Hall.
- Kotler, Phillip, & Amstrong. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesembilan*. PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Phillip, Gary, & Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. E.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nariswari, S. L. (2021). Tren Thrifting Shop, Trik Fashionable Sekaligus Peduli Lingkungan. *Kompas.Com*.  
<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/03/11/203614020/tren-thrifting-shop-trik-fashionable-sekaligus-peduli-lingkungan?page=1>
- Nawawi, H. H. (1983). *Metode Penelitian Deskriptif*. Gajah Mada University Press.
- Nugroho, A. (2006). *E-commerce Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya*. Informatika.
- Pasar Belanja Online Indonesia Berpeluang Dua Kali Lipat di Tahun 2015!* (2015). Nova.Grid.Id.
- Purbo, O. W., & Wahyudi, A. A. (2001). *Mengenal E-Commerce*. Elex Komputindo.
- Putri, H. M., & Subagio, H. (2013). ANALISA FAKTOR PEMBENTUK KEPUTUSAN PEMBELIAN MEKAR JAYA ELEKTRONIK BANJARMASIN. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 1–8.
- Putri, V. M. (2021). Orang Indonesia Pilih Belanja Online di Marketplace Ketimbang Medsos. *DetikInet*. <https://inet.detik.com/business/d-5878743/orang-indonesia-pilih-belanja-online-di-marketplace-ketimbang-medsos>
- Reven, D., & Ferdinand, T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13. <http://ejournal->

s1.undip.ac.id/index.php/management

- Ronaldo, P. (2018). *Pengaruh Social Media terhadap Fenomena Penjualan Pakaian Secara Online*.
- Savitrie, D. (2008). *Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik N. y. l. a)*. 126658.
- Schiffman, L., & Kanuk, Lazar, L. (2004). *Perilaku Knsumen Edisi 7*. Prentice Hall.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sukardi. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. PT Bumi Aksara.
- Susanto, A. (2004). *Sistem Informasi Manajemen*. Linggar Jaya.
- Sutrisno, H. (1991). *Statistik dalam Basic Jilid I*. Andi Offset.
- Tashandra, N. (n.d.). Fenomena Thrifting Sedang Digandrungi, Apa Pemicunya? *Kompas.Com*.  
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/11/19/201500965/fenomena-thrifting-sedang-digandrungi-apa-pemicunya->
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh relationship marketing, Keamanan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop dan loyalitas konsumen sebagai variabel intervening studi kasus pada onlineshop “Numira” Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 1–18. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/558/543>
- Utami, V. A. M. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 5(2011), 1–18.
- Wicaksono, A. (2019). *Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online>
- Widianto, I. (2008). *Metodologi Penelitian*. BP Undip.
- Yusuf, M., & Yusuf, A. (2012). *1 Jam Membuat Toko Online dengan Joomla*

*Virtuemart. Expert.*

Zaenuddin, M. (n.d.). Foto: Tren Belanja Produk Bekas Semarak Kembali di Masa Pandemi. *Katadata.Co.Id.*

<https://katadata.co.id/muchamadnafi/foto/61697d86765f9/foto-tren-belanja-produk-bekas-semarak-kembali-di-masa-pandemi>

