

DAFTAR PUSTAKA

- @aarummanis. (2025). Keluhan konsumen terhadap thrifting. In *[Foto].X*.
<https://x.com/aarummanis/status/1818650831174197676>
- Acquaye, R., Seidu, R. K., Eghan, B., & Fobiri, G. K. (2023). Consumer attitude and disposal behaviour to second-hand clothing in Ghana. *Scientific African*, 21. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2023.e01887>
- Afrianto, A. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat ASN dalam Menggunakan Angkutan Umum untuk Perjalanan Kerja dengan Metode Kombinasi EFA dan SEM (Studi Kasus ASN Pemerintah Kota Yogyakarta)*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/51712/22914030.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alamin, S. M. (2023). *Pengaturan Penjualan Baju Bekas Pakai Dari Luar Negeri*. Pengaturan Penjualan Baju Bekas Pakai Dari Luar Negeri.
- Annisha, S. (2024). *Faktor Yang Mempengaruhi Impulsive Buying Behaviour Pada Pengguna E-Commerce Shopee* (D. J. K. Garut (ed.)). <https://digilib.uinsgd.ac.id/96571/>
- Antonio Nyoko, A. E. L., Fanggidae, R. C., & P. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana* (Vol. 11, Nomor 1).
- Arbi, I. A. (2022). Riwayat Pasar Senen, dari Pasar yang Ramai di hari Senin hingga Menjadi Kawasan Berorientasi Transit. *Kompas.Com*. <https://doi.org/https://megapolitan.kompas.com/read/2022/10/11/07000081/riwayat-pasar-senen-dari-pasar-yang-ramai-di-hari-senin-hingga-menjadi>
- Babin, B. J., D'Alessandro, S., H., W., B., L., & G, Z. W. (2020). *Marketing Research*. Cengage Learning.
- Bantara, C. S. (2024). 5 cara memilih pakaian thrift yang berkualitas, harus teliti! *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/men/attitude/cara-memilih-pakaian-thrift-yang-berkualitas-c1c2-01-5ln9d-b5lb8c>.
- Blog, M. (n.d.). *Tren thrifting mengurangi jatah masyarakat kurang mampu, benarkah?* *MySkill.id*. <https://blog.myskill.id/tips-karir/tren-thrifting-mengurangi-jatah-masyarakat-kurang-mampu-benarkah/>
- Buttle, F. (2009). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (2nd ed.). Butterworth-Heinemann (imprint dari Elsevier).
- Chaerani, F., & Firmialy, S. D. (2022). Analisis Literasi Keuangan Pada Kegiatan Arisan di Kecamatan Tapos Kota Depok. *Indonesia (Exploratory Analysis)*, 9, 655.

- Cunha Campos Dieguez, A. C., Mariano, A. M., Ramírez-Correa, P. E., & Santos, M. R. (2024). Determining Factors in the Purchase Intention of Sustainable Clothing: An Empirical Study in the Brazilian Fashion Industry. *Procedia Computer Science*, 242, 116–122. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.08.243>
- Dahron, M. (2025). Tren Thrifting di Indonesia: Barang Bekas yang Naik Kelas dan Jadi Gaya Hidup. In *Kompasiana.Com*.
- Dewi, R. Y. (2020). BAB 2: Tinjauan pustaka [E-thesis, Universitas Komputer Indonesia. In *eLibrary UNIKOM*.
http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3575/5/UNIKOM_Ratisa_Y_Dewi_12.BAB_2.pdf
- Dima Sampurno, R., Triayudi, A., & Titi Komala Sari, R. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Penggunaan Baju Baru (Fast fashion) ke Pengguna Baju Bekas (Thrifting) Menggunakan Metode K-Means Clustering (Studi Kasus: Toko Thriftboys.id. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 6(1).
<https://doi.org/10.35870/jti>
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291. <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>
- Fakhri Ramadhan, M., Siroj, R. A., Win Afgani, M., Raden, F., Fikri, H. Z. A., & K, J. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 06(02), 10967–10975.
- Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. (2023). *Pedoman skripsi riset sarjana terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta tahun 2023*. Universitas Negeri Jakarta.
- Fitriani, R. (2022). *Skala Kecerdasan Perilaku Konsumsi Berbasis Nilai-Nilai Al-Qur'an pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*.
- Fitrianur, N. R. (2022). Surga Barang Bekas, Ini 5 Pasar untuk Thrifting di Jakarta. In *Tempo.com*. <https://www.tempo.co/hiburan/surga-barang-bekas-ini-5-pasar-untuk-thrifting-di-jakarta-280229>
- Furqon, A. A., Totota, C., Karo, K., & Syahuri, T. (2024). Efektivitas Penegakkan Hukum pada Pakaian Impor Bekas (Studi Pada Pasar Senen di DKI Jakarta. *Journal Pedia*, 06(1). <https://journalpedia.com/1/index.php/jhm>
- Galih Ramaputra, M., & Asnusa, S. (2020). *Efektivitas Iklan Wardah Melalui Media Sosial Instagram*. Efektivitas Iklan Wardah Melalui Media Sosial Instagram.
- Gautama, C. (2021). Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Konsumen saat Pandemi Korona terhadap Keputusan Pembelian Produk Bayi. *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(5).
- Gulo, E. J., Manurung, A., Gultom, P., & Darnius, O. (2023). Analisis Statistik

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat dalam Menggunakan Layanan PT. *Pos Indonesia (PERSERO)*, 6(1), 41–49.

Gustiansela Tamburaka, P. (2020). *Faktor-Faktor yang Mendorong Niat Mahasiswa Universitas Paramadina Berinvestasi dalam Proyek Crowdfunding*.

Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (Vol. 1). Penerbit Kbm Indonesia Anggota IKAPI. www.penerbitbukumurah.com

Haq, M. A. I., Widarko, W., & Bastomi, M. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Gaya Hidup, dan Sosial Media Marketing terhadap Minat Beli Pakaian Thrift di Kalangan Mahasiswa UNISMA. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 4.

Hariri, F. R., & Gischa, S. (2024). Bagaimana Faktor Psikologis Memengaruhi Keputusan Pembelian? In *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2024/03/17/080000669/bagaimana-faktor-psikologis-memengaruhi-keputusan-pembelian->

Haryanti, I., & Falah, A. M. (2023). Fenomena thrifting sebagai fashion lifestyle: Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *Jurnal ATRAT*, 11(2), 205–221.

Helmy Reza, M., & Suastrini, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Konsumen dalam Melakukan Pembelian Air Minum Isi Ulang pada Depot Air Minum Bale Syiar Kecamatan Kuripan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 4.

Hidayah, N. F. (2023). Ada 49,4% Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sp7wi>

Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. In *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* (hal. 99–107). <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Pengolahan data ordinal dan statistik deskriptif*. CV Eureka Media Aksara.

Ida. (2025). *Perilaku Konsumen: Memahami Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. <https://fulusnesia.com/Perilaku-Konsumen/>.

Indonesia, C. N. N. (2022). Katanya baju bekas, tapi kok harganya mahal? <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221006120345-277-857048/katanya-baju-bekas-tapi-kok-harganya-mahal>

Irwan, A. M., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Maju, M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di

- Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2). www.Lazada.co.id
- Islamiati, D. F., & Pratama Saputra, P. (2021). Analisis Fenomena Tren Green Lifestyle Pada Mahasiswa Universitas Bangka Belitung. *Jurnal Studi Inovasi*, 1(2), 30–38. <https://doi.org/10.52000/jsi.v1i2.22>
- Jakarta, F. E. U. N. (2023). *Pedoman skripsi riset sarjana terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta tahun 2023*. Universitas Negeri Jakarta.
- Jujun, A., & Ardiansyah, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Minat Konsumen Terhadap Pakaian Bekas di Toko Xstyle Kota Tangerang Selatan E-Mail: email@ajijujun00. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 2(1), 14–17. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Juliarti Hardika, D. S. P. S. (2013). *Penerapan Analisis Komponen Utama Dalam Penentuan Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Siswa (Studi Kasus : SMAN 1 Medan)*. 1.
- Kalifa, A. M., Wahyudi, A. M., & Amelia, N. (2020). Pengaruh Nilai Konsumen dan Pengalaman Masa Lalu terhadap Niat Pembelian Konsumen untuk Membeli Produk Perawatan Tubuh Organik. 2(2).
- Karimah, N. ul. (2013). Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas di Pasar Senapelan Pekanbaru. In *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Khamim, M. F. (2023). *Thrifting: Solusi Sederhana Atasi Dampak Buruk Fast Fashion*. Its.Ac.Id. <https://doi.org/https://www.its.ac.id/news/2023/04/04/thrifting-solusi-sederhana-atasi-dampak-buruk-fast-fashion/>
- Khasanah, L. U. (2021). *Analisis Data Kuantitatif, Kenali Analisis Deskriptif*. Dqlab.Id.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Pekalongan. 7, 136–151. <http://wahanaislamika.ac.id>
- Khusna, T., Akbarita, R., & Narendra, R. (2021). Perbandingan principal axis factoring dan maximum likelihood dalam menentukan faktor dominan yang mempengaruhi pembelajaran nahwu shorof (studi kasus Pondok Pesantren Roudlotul Muta'allimin Putri. Barekeng: *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 15(4), 785–796.
- Koransulindo. (2025). *Mengapa Thrifting Jadi Fenomena Populer di Kalangan Anak Muda?* <https://koransulindo.com/>.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (E. Pearson (ed.)). <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000005952/9780137344161>
- Krisdamarjati, Y. A. (2024). *Mengapa Pakaian Bekas Impor Tinggi Peminatnya?* <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/05/mengapa-pakaian-bekas->

impor-tinggi-peminatnya

- Lestari, A. (2019). *Pengaruh Consumption Value Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Premium Aplikasi Streaming Musik*.
[https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172007/1/Ayustina Lestari.pdf](https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172007/1/Ayustina%20Lestari.pdf)
- Maulida, N. S., & Abdul, Y. (2024). Pengaruh Faktor Budaya dan faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Scarlett pada Aplikasi Shopee. *Economic Reviews Journal*, 3(4).
<https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.438>
- Mirzu, F. F. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73357>
- Modalku. (2021). *Kenali Bisnis Thrifting yang Populer dan Bermodal Kecil!*
<https://blog.modalku.co.id/>.
- Nadhila, S., Muzhira, S., H., & Andinata, M. (2023). Eksistensi Diri Remaja Dalam Penggunaan Pakaian Bekas (Studi Kasus Pada Konsumen Thrifting Pajak Melati Medan. *Https://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative*, 3, 2436–2446.
- Nugroho, S. (2008). *Statistika Multivariat Terapan* (1st ed., Vol. 1). UNIB Press.
<https://sigitnugroho.id/StatistikaMultivariatTerapanSigitNugroho.pdf>
- NurAini, L. (2023). *Maraknya Thrifting Memicu Penurunan Minat Beli terhadap Brand Lokal*.
<https://www.kompasiana.com/lailanurainii/64215aa71302f3592d696c72/maraknya-thrifting-memicu-penurunan-minat-beli-terhadap-brand-lokal>
- Oktawiningsih, E., Saifudin, A. G., Abdurrahman, U. K. H., & Pekalongan, W. (2023). *Fenomena Thrifting terhadap Gaya Hidup Mahasiswa*. 2.
- Penthatesia, C. (2024). *Thrifting Makin Diminati Kaum Muda, Ternyata Ini Alasan Suka Beli Baju Bekas*. <https://blog.myskill.id/>.
- Poidata. (2024). *Thrift stores in Jakarta, Indonesia*.
<https://www.poidata.io/report/thrift-store/indonesia/jakarta>
- Poluan, J. G., & Karuntu, M. M. (2021). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Luar Daerah pada Objek Wisata di Kota Tomohon, Provinsi Sulawesi Utara* (Vol. 9, Nomor 1, hal. 23–33).
- Pratita, D. H., & Herianingrum, S. (2019). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia*.
- Prayitno, D. A. S. R. W. K. S. D. S. (2024). Pengukuran Dimensi Spiritualitas Pendidikan Islam Pada Guru Multidisiplin Di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7.

- Puspitasari, D. A. K., & F, A. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada go-food di kota surabaya*.
- Putri, A. A. (2023). Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir. *GoodStats*.
- Putri, H. A. (2022). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4499>
- Putri, V. E., Sri Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pembiayaan Sepeda Motor Baru Merek Honda Pt. *Fifgroup Cabang Kota Batu*, 11, 87–96.
<https://doi.org/https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/14960>
- Putri, V. K. M. (2022). Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler: Bagan dan Penjelasannya. In *Kompas.Com*.
<https://doi.org/https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/13/120000969/model-perilaku-konsumen-menurut-kotler-bagan-dan-penjelasannya>
- Rachmasari, G. D. (2025). *Pengaruh Tingkat Pendapatan, Kesadaran Lingkungan, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Fashion Thrift Masyarakat Kota Purwokerto*.
[https://repository.uinsaizu.ac.id/29277/1/SKRIPSI GALUH DWI RACHMASARI_2017201199.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/29277/1/SKRIPSI_GALUH_DWI_RACHMASARI_2017201199.pdf)
- Rahmalia, R. N. (2024). *Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Thrifting di Masyarakat Kecamatan*.
- Ramadani, P. N. R. (2022). *Fast Fashion Waste, Limbah yang Terlupakan*. ITS Online.
- Religia, Y. (2023). Sikap Konsumen adalah Kunci: Bagaimana Niat Pembelian Daring di E-Commerce Terbentuk? *Jurnal Soshum Insentif*, 6(1).
<https://doi.org/10.36787/jsi.v6i1.947>
- Rezki Ian, M., Zudhy Irawan, M., & Malkhamah, S. (2022). Persepsi Pengguna Ojek Online di Masa Pandemi Covid-19 dengan Metode Analisis Faktor Eksploratori. *Journal of Civil Engineering and Planning*, 3(1).
- Ririmasse, R. P., & Badrul, M. (2024). *Evaluasi Usability Website Behandle Operation System Customer PT. Multi Terminal Indonesia Menggunakan Metode System Usability Scale*. Multi Terminal Indonesia Menggunakan Metode System Usability Scale.
- Roger, B., & Sekaram, U. (2016). *An easy way to help students learn, collaborate, and grow* (7th ed., Vol. 7). John Wiley & Sons Ltd.
www.wileypluslearningspace.com
- Sabrina, P. (2024). *Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian*

Thrifting. <https://etd.uinsyahada.ac.id/10620/1/1940200010.pdf>

Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., P, R., & F, C. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana* (Vol. 11, Nomor 1).

Salsabila, K. Q., & Sari, D. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ShopeeFood. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>

Sangun Subarman, P., & Dunan, H. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Gaya Hidup, Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 405–424. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.279>

Sheth, J. N., Gross, B. L., & Newman, B. I. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)

Soemitro, F., Perkasa, M. I., Arifin, N. M., Wulansari, S., & Julia, T. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Pelanggan dalam Menggunakan Online Food Delivery (OFD) di Indonesia. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 39. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4216>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sukanto, I. F., Sulaeman, A. S., & Mayasari, L. P. C. D. (2022). Mengenal Psikologi Konsumen Untuk Mengambil Keputusan Pemasaran. UMKMINDONESIA.ID. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 7(1), 21–41. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i1.5085>

Sulaeman, A. S., & Mayasari, L. P. C. D. (2023). Penerimaan Bea Lelang: Analisis Faktor Empiris pada Proses Lelang Aset Negara di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 7(1), 21–41. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i1.5085>

Syachreza, Y. R., Rachmawati, I., & Tantra, T. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandung) The Impact Of Consumer Review And Rating (E-WOM) On Purchasing Decision Of Fashion* . 10(2).

ThriftGrift. (2021). *Do you barter with thrift stores?* https://www.reddit.com/r/ThriftGrift/comments/rhxoiy/do_you_barter_with_thrift_stores/

ThriftStoreHauls. (2019). *Why do you thrift?* https://www.reddit.com/r/ThriftStoreHauls/comments/catdl/why_do_you_thrift/

Tifani. (2022). *Tempat Thrifting di Jakarta ini Jadi Rujukan Para Pecinta Fesyen*.
<https://katadata.co.id/berita/lifestyle/638f73d2bde5e/tempat-thrifting-di-jakarta-ini-jadi-rujukan-para-pecinta-fesyen>

Trilatifah, W. (2020). *Mempertanyakan Esensi Thrifting: Penghematan atau Prestige?* <https://analysis.netray.id/>.

Utami Yulia, P. M. R., & K. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24.

Veronica, F., & Rustam, T. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Sosial, dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Billindo Utama di Kota Batam*.
https://doi.org/https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/download/3017/1818/12649

Wibowo, A. (2025). *Panduan lengkap skala Likert: Metode pengukuran sikap dalam penelitian*. tSurvey.

Wiratmanto. (2014). *Analisis Faktor dan Penerapannya Dalam Mengidentifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran Studi Kasus : Media Pembelajaran Solusi Belajar Elektronik (SONIK) Produksi : PT. Solusi Ajitech Persada Yogyak*.
https://eprints.uny.ac.id/12575/1/Skripsi_Analisis_Faktor_Wiratmanto_07305144044.Pdf.

Yang, J., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., Yang, M., & Aziz, N. A. (2024). Predicting the significance of consumer environmental values, beliefs, and norms for sustainable fashion behaviors: The case of second-hand clothing. *Asia Pacific Management Review*, 29(2), 179–194.
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2024.01.001>

Intelligentia - Dignitas