

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, H. B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, D. A., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas *Import* Di Tempat Biasa *Thrift Store* Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research (JOSBR)*, 2(1).
- Arman, M. M. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran*. LD Media.
- Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P, B. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di *Thrift Shop Not Bad Second Hand*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).
- Fauziah, M. N., Setiawan, H. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Produk *Quality*, dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Thrift Shopping Fashion* di Instagram. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)*, 4(3).
- Fu'adayati, M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian *Thrifting* Di Toko *Thriftshop* Sidoarjo. *Jurnal Cendekia Ilmiah (JCI)*, 1(3).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit.
- Imaroh, N., & Marlana, N. (2022). Pengaruh *Brand Reputation* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Branded Preloved* di *Thriftshop Online Instagram*. *Jurnal Manajemen (JM)*, 14(2).
- Kotler, P., & Armstong, G. (2018). *Principles of Marketing*. In Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). *Manajemen pemasaran* (13 ed.). (A. Maulana, W. Hardani, Penyunt., & B. Sabran) Penerbit Erlangga.
- Malik, S. M., Afrida, J., & Vicky, F. S. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baju Thrift Di *Shabira Store* Kabupaten Tulang Bawang. *Journal of Islamic Economics and Banking (JOIEB)*, 1(2).
- Oping, S. B. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen *Online Shop Gemini Luxury*) *Jurnnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, 10(4).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai*

- Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common (JC)*, 3(1).
- Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Branded Prelove* di *Thrift Store Online* Instagram. *Cakrawala Manajemen Business Journal (CMBJ)*, 4(2).
- Rismalasari., & Irma. (2016). Pengaruh *Lifestyle*, *Brand Image*, Kualitas Produk dan *Store Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Three Second* Malang. *Jurnal Riset Manajemen (JRM)*, 9(7).
- Rosmaniar, A., & Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thrift Store* Di Instagram. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMKD)*, 3(1).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Winingsih, A. N., & Triyonowati, T. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).