

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(2).
- Astuti, Rini,. Isna, Ardila,. Rodhitur, Rahman Lubis. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219.
- Ayu, Dyar. (2022). "*Geliat Thrifting di Jogja, Berubah dari Cari Merek ke Gaya*". <https://jogja.idntimes.com/news/jogja/dyar-ayu-1/geliat-thrifting-di-jogja-berubah-dari-cari-merek-ke-gaya>. didownload 2024.01.06.
- Fadila, Nika Nencyana,. Roudhotul, alifah,. Andhita, Risiko Faristiana (2023). Fenomena *Thrifting* yang Populer di Kalangan Mahasiswa. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278-291.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, F. Joseph., Hult, G. Thomas., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publication, Inc.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity (4th ed.)*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke 12). Jakarta: PT. Indeks.
- Kusuma, Salwa & & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo DP Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807 - 813.
- Manurung, Hendi Prasuhandana, Endang, Sulistya Rini, Arliana, Nurbaity Lubis. (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran. *Economic Science*. Vol 1. no 1.
- Mongsidi, Sweetly Jane, Jantje, Sepang, Djurwati, Soepeno. (2019). Pengaruh *Lifestyle* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2949 – 2958.
- Pratiwi, Mila Yuni & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2BEAT. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. Vol 6 no 7. 2461-0593.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Fashion Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Branded*

*Preloved di Thriftshop Online Instagram. Cakrawala Management Business Journal*, 4(2), 847-868.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2019th ed). Bandung: Alfabeta.

Syakira, A., & Gaol, L. R. L. (2021). Pengaruh Citra Produk terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Pembelian Produk *Thrift Shop*, 1(1), 110 – 118.

Tjiptono, F. (2016). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.

Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi dengan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN.