

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifurrahman, M., & Saputri, M. E. (2021). *The Effect Of Fashion Lifestyle And Self Image On Impulse Buying Of Thrifting Clothes In Bandung City. e-Proceeding of Management : Vol.8, No.5*
- Alma. (2020). *Pemasaran Stratejik Jasa*. Yogyakarta (1st ed.):CV Andi Offset.
- Anggraini, C., & Melinda, & T. (2018). *The Effects Of Word Of Mouth And Sales Promotion On Purchasing Decision For Dreamland Decoration* (Vol. 7, Issue 1).
- Ardiansyah. (2018). Pengaruh Testimoni Selebgram dan Gambar Produk Fashion Terhadap Impluse Buying Konsumen Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Branchmarck*.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. In *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora* (Vol. 2021).
- Arikunto S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Bagit. (2017). Orientasi Nilai Budaya di Kalangan Perempuan Terhadap Model Pakaian di Kota Manado . *Holistik, 10*(9).
- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 222*, 324–331. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Beyhaki. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari-Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 51*(2).
- Cahaya. (2018). *Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko*

- Queena Hijab Samarinda*. <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim>
- Danuroda. (2018). *Inilah 5 Alasan Mengapa Testimoni Penting Bagi Bisnis Online?*
- Daulay, & Putri. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8 APPPTMA*. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Dewi, Imbayani, & Ribek. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2). [www.validnews.id](http://www.validnews.id),
- Fahmi. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung:Alfabeta.
- Faroh, W. N., & Junaidi, D. (2019). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018* (Vol. 2).
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Ghozali (ed.); 9th ed.). Semarang:Badan Penerbit Universitas.
- Iblasi, Bader, & Al-Qreini. (2016). The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances). *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 4(1), 14–28. [www.arcjournals.org](http://www.arcjournals.org)
- Ikawati. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Toko Sakinah Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1). [www.msglowid.com](http://www.msglowid.com)
- Indrawan, & Yaniawati. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung:PT. REFIKA ADITAMA.
- Indriyani. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian* . 14(1).

- Istiqomah Laila. (2019). *Pengaruh citra Merek, Suasana Toko, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Resto X*.
- Joesyiana, K., Sekretari, A., Manajemen, D., & Bunda, P. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4(1).
- Kertajaya. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Inc.
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jakarta:Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta:PT Indeks.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *JBMA* , VII(2).
- Kristiawan, & Keni. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand lokal 1. *Development of Research Management* , 15(22).
- Maisam, & Mahsa. (2016). Positive Word Of Mouth Marketing: Explaining The Roles Of Value Congruity and Brand Love. *Journal of Competitiveness*, 8(1).
- Muzdalifah, L., & Ilmiah, H. (2020). Pengaruh Testimoni Dan Daya Tarik Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Lsinta Muslim Wedding). *Greenomika*, 2(2). [www.dewaweb.comtentang](http://www.dewaweb.comtentang)
- Nafiisah, adatun, Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Kualitas

Pelayanan Dan Testimoni Produk Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Toko Kosmetik Griya Ayu Gresik ) Kosmetik Griya Ayu Gresik ). In *Jiagabi* (Vol. 10, Issue 2).

Nurdin, M. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thriftingdi Instagram pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Economics and Business Innovation* , 1.

Nurrahman, & Utama. (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Smartphone Nokia Series X Di Bec Bandung). In *Journal Of Business Management And Enterpreneurship Education* / (Vol. 1, Issue 1). [www.techno.okezone.com](http://www.techno.okezone.com)

Oktaviana. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Fz Shopee Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.

Patiallo. (2020). *Pengaruh Social Media Marketingdan Brand Equityterhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Makassar mayke Patialloa 21116312 departemen manajemen fakultas Ekonomi Dan Bisnis universitas Hasanuddin makassar2020*.

Permatasari, Ramadhan, Firdausy, & Meidianti. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Thrift Shop Terhadap Tingkat Konsumsi Fashion Di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>

Pratiwi, & Yasa. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media Marketing, And Lifestyle On Purchase Decision On Consumers Of The Alleyway Cafe. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 85–99. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3592913>

Purwati. (2020). *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*. Surabaya:CV. Jakad Media Publishing.

- Qurniawati. (2018). Pemasaran Media Social. *Jurnal Among Makarti* , 11(21).
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). Theinfluence Of Word Of Mouth And Product Quality Of Purchasing Decision On Pt. Kangzen Kenko Indonesia In Manado. *Jurnal Emba*, 5(3), 4585–4594.
- Samosir. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Promosi, dan Testimoni E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa FEB UMA Pengguna Shopee.*
- Santoso. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek.” *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* , 7(2).
- Saputri. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositoteknolog*, 14(2).
- Sejati, Pawenang, & Damayanti. (2021). The Effect Of Product Variation, Service Quality And Facilities On Consumer Purchasing Decisions Of Mie Ayam Hotplate In Surakarta. *Business And Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Setyanti, Saroh, & Zunaida. (2021). Pengaruh Testimoni, Selebgram Endorsment, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Onlineshopdi Media Sosial Instagram(Studi Kasus Pada Konsumen Onlineshop Ghealsy Kab.Malang). *Jiagabi*, 10.
- Setyawan, Nasehati, & Prativi. (2021, June 15). *The Effect of Promo Price and Product Variation on Purchasing Decision at Grabfood, OVO Payment as an Intervening Variables.* <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1026>
- Sriyanto, & Kuncoro. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari –April

- 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8, 21–34.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Penerbitan Alfabeta.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). *Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri*.
- Widarjono. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan* (1st ed.). Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- Zanjabila, R., & Hidayat, R. (2017). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Analisis Of Social Media Marketing On Purchasing Decisions Of Bandung Techno Park (Study On Bandung Techno Park Customers 2017)*.

**Sumber dari website:**

- Badan Pusat Statistik. (2021). Data Impor Pakaian Indonesia 2020-2021. <http://www.bps.go.id>. diakses: Mei 2022.
- kompas.com. (2021). *Fenomena Thrifting, Fakta Thrifting, Perkembangan Thrifting*.<https://megapolitan.kompas.com/read/2021/06/07/18391941/fenomena-thrifting-napas-baru-pedagang-baju-bekas-di-pasar-senen?page=all>. diakses : Mei 2022.
- Kompas.com. (2020). *Fenomena Thrifting Sedang Digandrungi*. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/11/19/201500965/fenomena-thrifting-sedang-digandrungi-apa-pemicunya-?page=all> diakses : Mei 2022.

Liputan6.com. (2021). Thrift Shop adalah Bagian dari Penghematan.  
<https://hot.liputan6.com/read/4659606/thrift-shop-adalah-bagian-dari-penghematan-ketahui-manfaat-membeli-pakaian-bekas>.  
diakses : Mei 2022.