

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). Dampak Kualitas Produk dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Thrifting melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Comporbed Bekasi. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(7), 828–834. <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema>
- Adewole, A., Shipworth, M., Lemaire, X., & Sanderson, D. (2023). Peer-to-Peer energy trading, independence aspirations and financial benefits among Nigerian households. *Energy Policy*, 174, 113442.
- Alfinda, F., & Haryanto, H. (2023). Pengaruh Nilai yang Dirasakan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat untuk Membeli Makanan Organik (Studi pada Konsumen di Batam). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 4224–4236.
- Amalia, Y. N., & Nurtiahiadi, E. (2024). DAMPAK PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA LUWAK WHITE KOFFIE DI KOTA BANDUNG. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6, 4–6.
- An-Nawawi, I. *Fiqih Jual Beli: Syarat Sah dan Macam-macamnya*. <https://islam.nu.or.id/syariah/fiqih-jual-beli-syarat-sah-dan-macam-macamnya-xv2re>
- Ananda, A. A., Mugiono, & Hussein, A. S. (2021). The influence of store image on repurchase intention: The mediation role of perceived value and customer satisfaction. *International Journal of Research in Business & Social Science (IJRBS)*, 10(4).
- Andayani, A. Y., Ningrum, N. K., & Udayana, I. bagus N. (2024). Pengaruh Brand Innovativeness dan Perceived Quality pada Perceived Value di Mediasi oleh Brand Experience pada E-Commerce Lazada di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(05), 1738–1749.
- Anggraini, P., Praza, R., Zulkarnaen, T., Sukmawati, C., & Sufi. (2025). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Studi Pada Toko Wike Thrift Kecamatan Batang Serangan) Putri. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin*, 3(3), 1341–1347.

- Anjellia, R. R. D., & Herawati, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Smartphone Xiaomi Di Kota Bandung. *Jurnal Istiqro*, 10(1), 63–76. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v10i1.2825>
- Anum, F., & Badau, M. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Emina di Shopee. *Pendidikan Dan Konseling*, 4(1), 1707–1715.
- Aprialita, T. S., & Rufial. (2024). Pengaruh Harga Produk, Ulasan Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Body Lotion Scarlett Whitening di E-Commerce Sociolla. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(1), 33–44.
- Aprillia, F., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Advance Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (Fair Value)*, 4(Spesial Issue 3). (Tidak tercantum)
- Arini, Y. T., Kusuma, K. A., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Fresh Raya Jati Sidoarjo. *MEA: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 9(1), 1160–1180.
- Asy-Syirazi. *Putusan mengenai penjualan barang yang tidak ada berdasarkan deskripsi atau tanpa deskripsi*. <https://islamqa.info/en/answers/271816/ruling-on-selling-an-item-that-is-not-present-on-the-basis-of-a-description-or-without-a-description>
- Aulia, A. A., & Herawati, S. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2), 75–92.
- Aulia, A. I., & Rofiaty. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Bank Sinarmas. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 45–53.
- Az-Zuhaili, D. W. *Al-Fiqh Al-Islamiy wa Adillatuhu*. https://alhanifpedia.blogspot.com/2018/12/download-kitab-al-fiqh-al-islamiy-wa.html?utm_source
- Azhar, M. R., & Wuryan, S. (2024). Pengaruh Customer Engagement, Perceived Quality, dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention pada Produk McDonald's. *MES Management Journal*, 3(1), 186–199.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKKEBI SNACKS MALANG. *Jurnal Ilmu*

Sosial, 1(2), 85–104.

- Budiman, D., Sutrasna, Y., & Sakum. (2025). Perilaku Konsumtif Gen Z dan Kesadaran Keamanan Digital dalam Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Manajemen Informatika Dan Bisnis Digital*, 4(2), 317–328. <https://doi.org/10.55123/jumintal.v4i2.6776>
- Cantika, S. P., & Umam. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Thrift Shop di Surakarta dengan Mediasi Kepuasan Konsumen. *The Influence of Consumer Trust on Repurchase Decisions at Thrift Shop in Surakarta with Consumer Satisfaction Mediation*. <http://jurnalbalitbangdalamampung.org>
- Deliana, D. (2022). Pengaruh Kualitas Website dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Shopee. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(5), 651–664.
- Dewi, E. R. H., & Setyawan, A. A. (2022). *Pengaruh E-Satisfaction, E-Trust, Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce*. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.848>
- Dewi, P. R. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI PADA PENGGUNA INDIHOME SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Kasus pada Pengguna Indihome di Jakarta Pusat)*. <https://digilib.yarsi.ac.id/10206/>
- Dewi, P. T. V., & Muna, N. (2024). Quality Perception: Navigating Satisfaction and Review Credibility Pathways. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(11), 10570–10588.
- Edi, S. N. A., & Nurtjahjadi, E. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK SUSU CAIR DALAM KEMASAN SIAP MINUM MEREK ULTRA MILK DI KOTA BANDUNG. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu_rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Dina Sri Nindiati. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51.

- Ertanto, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Wafer Nabati Di Toko Zaina Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 175–181.
- Fadillah, E. N. (2024). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN NILAI KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN XIBOBA DI DKI JAKARTA SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM*. <https://digilib.yarsi.ac.id/13130/>
- Fauroni, R. L. (2006). *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. https://nu.or.id/pustaka/etika-bisnis-dalam-al-qur039an-brm5F?utm_source
- Fausta, M. F., Anderson, P., & Risqiani, R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Terhadap Repurchase Intention Pada Restoran Cepat Saji. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(01), 1–9. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i01.6674>
- Feri, F., Karnadi, K., & Praja, Y. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Kapal Api dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(9), 2077–2096.
- Fitri, R., & Mardikaningsih, R. (2023). Factors Affecting Repurchase Intentions of Meat at Superindo: Product Variety, Perceived Risk, and Price Perception. *ISSE International Journal of Service Science*, 4(1), 11–19.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govindaraj, M., & Pradeep, M. (2023). Influence of product quality on perceived value, trust and purchase intention: a study on electronic products. *Academy of Marketing Studies Journal*, 27(S6).
- Hadi, R. K., Sulaeman, A., & Komarudin. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Airmas Perkasa. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2).
- Hafidz, G. P., & Nurhayati, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan pada Air Minum Isi Ulang. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3381–3390.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

- Hanggara, D. K., & Hussein, A. S. (2023). Pengaruh Product Quality, Service Quality, dan Perceived Value terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 660–674. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.09>
- Harahap, R., Lubis, J., & Syahputra, R. (2025). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna E-Commerce Situs Shopee. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 1284–1294.
- Hariyanti, R. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci di PT Kenari Djaja Prima Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 10(1), 12–23.
- Hayati, N., & Prasojo, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor Thrift di Yogyakarta. *Journal Competency of Business*, 8(1), 55–65.
- Hemas, D. P., & Cyasmoro, V. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan. *ECo-Buss*, 7(1), 379–389. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1452>
- Herinama, A., & Setiawan, Y. (2024). Pengaruh viral marketing, experiential marketing, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang produk Mixue Ice Cream & Tea pada Gen Z. *Jurnal Manajemen USNI*, 10(1), 18–30.
- Hidayat, W., & Sulistiyani, L. (2021). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 9(1), 7–18. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Hidayatullah, S. (2018). Maşlahah Mursalah Menurut Al-Ghazali. *Al-Mizan*, 2(1), 1–136.
- Ilham, M. H., Rochman, A., & Mafthuchach, V. (2025). Examining the role of product quality in enhancing brand trust and purchase decisions: Evidence from smartphone users in Central Jakarta. *Journal of Economics and Business Letters*, 5(2), 11–28.

- Inayah, R. R., & Khasanah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Nilai terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Marketplace Lazada di Wilayah Pekalongan). *Diponegoro Journal of Management*, 12(5).
- Intan, D. R., Ginting, L. N., Purba, K. F., & Pirngadi, R. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Atmosfir Toko Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan (JBK)*, 20(01). <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Jarwati, S. D. (2024). *PENGARUH PEMASARAN KONTEN, PENGALAMAN PELANGGAN, VARIASI PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK JINISO SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi kasus Pada Konsumen Jiniso di Jakarta Barat)*.
- Jendela 360. (2023). *12 Thrift Store di Jakarta Surganya Barang Murah Berkualitas*. 12 Oktober. <https://jendela360.com/info/thrift-store-di-jakarta>.
- Judijanto, L., Hildawati, H., Mahmuddin, M., Tahapary, G., & Puspa, L. (2024). Peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap niat beli ulang di e-commerce C2C Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 33-47TY-JOUR AU-Purnamasari, D. AU-Fadli, M. <https://doi.org/10.58812/smb.v3i01>
- Kartika, N. K. R. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, 4(1), 51–70.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson*.
- Kuswandi, D., & Adialita, T. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Aplikasi Blibli di Kota Bandung. *Syntax Admiration*, 5(2), 415–423.
- Lestari, A. D., & Pradana, F. (2024). Analisis Dampak Pelarangan Impor Pakaian Bekas terhadap Industri Fashion Lokal. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 15(1), 23–34.
- Lestari, M. P., Maya, S., & Artino, A. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Melalui Kualitas Produk. *JABE*, 10(1), 19–31.

- Lestari, R., Nurwulandari, A., & Humam. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, persepsi harga terhadap kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian di Qonita Property Depok. *Fair Value*, 4(Special Issue 4), 1929–1939.
- Lubis, D. F., Erida, & Sari, N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Produk Makanan Tradisional Khas Jambi dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Tepek Ikan Tepian Jambi). *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 21(8). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v12.359>
- Magali, S. S., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh Perceived Value terhadap Repurchase Intention Melalui E-Word of Mouth Online Shopping Tokopedia di Kota Bandung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 396. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1649>
- Maharani, P. T. P., & Putra, K. E. S. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Diva Cash & Credit di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1).
- Marcella, C., Juniwati, & Heriyadi. (2024). Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 20(3), 597–604.
- Marto, M. K. G., & Sukaartmadja, I. P. G. (2024). The Effect of Product Quality and Brand Image on Repurchase Intentions Mediated by Brand Trust (Study on the Yamaha Brand in Denpasar City). *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 11(8), 66–76. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V11I8P109>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740.
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh experiential marketing dan marketing mix terhadap minat beli ulang konsumen. *JIAGABI: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 10(2), 205–212.
- Meshram, A. S. (2023). Relevance of Abraham Maslow's Theory to Contemporary Consumer Behavior. *International Journal of Humanities Social Science and Management (IJHSSM)*, 3(6), 642–644.

- Mestriani, L., Permata, S., Salfianur, Abidin, Z., & Satria Ramli. (2024). Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pakaian Bekas di Pasar Palattae Kecamatan Kahu Kabupaten Bone. *Jurnal Adz Dzahab*, 9(2).
- Mugi Widya Ningsih, Bagus Handoko, & Rizky Putra. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Pada Mahasiswa UnHar Pelanggan Marketplace Online). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 2(3), 143–152. <https://doi.org/10.47065/jamek.v2i3.324>
- Mun'im, K., Indayani, L., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Sebring Kita pada Platform Instagram. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 4(4), 1427–1439.
- Mun, K., Indayani, L., & Hariasih, M. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Sebring Kita pada Platform Instagram*. 4(4), 1427–1439.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148.
- Najib, M. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Batik ID Pekalongan)* (Doctoral d). UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Nilasari, D. T. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI CUSTOMER PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK OUTDOOR MERAPI MOUNTAIN*. <https://repository.upnjatim.ac.id/>
- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). The effect of online customer review, quality product, and promotion on purchasing decision through Shopee marketplace. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450.

- Nuraini, N. O., & Adialita, T. (2024). ANALISIS HARGA DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN MINUMAN TEH DALAM KEMASAN SIAP MINUM MEREK TEH BOTOL SOSRO DI KOTA BANDUNG. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 915–927.
- Nuramalia, L., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keterlibatan Pelanggan Terhadap Repurchase Intention melalui Kepuasan Pelanggan pada Casawow. *Culinaria*, 4(2), 1–15.
- Nurjaman, K. (2021). Dampak Kualitas Produk terhadap Persepsi Nilai, Kepercayaan dan Niat Mahasiswa Membeli Gadget Elektronik. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 3041–3051.
- Palloge, A. N. A. (2024). PENGARUH HARGA DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI SERTA TINJAUANNYA MENURUT SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Pada Konsumen Hisana Fried Chicken di Kota Bekasi). <https://digilib.yarsi.ac.id/14078/>
- Purba, H. G. F., & Madiawati, P. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Mie Gacoan Cabang Buah Batu Bandung melalui Kepuasan Pelanggan. *E-Proceeding of Management*, 11(6), 5357–5368.
- Purnamasari, D. S., & Fadli, J. A. (2023). The Influence Of Perceived Quality On Repurchase Intention With The Mediating Customer Satisfaction And Perceived Value Of Cosmetic Products In Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i3.2311>
- Putri, A. A. (2023). *Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir* . GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo>
- Putri, R. A. (2022). Dampak kualitas produk dan brand image terhadap ketentuan pembelian di mediasi perceived value pada konsumen coffee shop di medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis [JIMEIS]*, 2(1), 1–15.
- Relifra, Sakinah, Y. P., & Syafriani, O. (2024). Pengaruh persepsi nilai, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang pada Distro Agung Kota Sungai Penuh. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1).
- Rismawan, R., & Cahyono, A. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce Pada Platform Shopee. *Jurnal Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 177–

189.

- Rohman, N. (2021). *Definisi Jual-Beli Menurut Istilah Ulama*. https://wirabuana.ac.id/artikel/pengertian-jual-beli/?utm_source
- Sahira, F., & Lubis, D. I. D. (2022). The Impact of Product Quality on Consumer Satisfaction at PT. Siantar Top, Tbk Medan. *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 112–120.
- Santoso, G. E. M., & Mahargiono, P. B. (2023). PENGARUH KEPERCAYAAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA KOSMETIK WARDAH(Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan* 12, 87–102. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5485/5522>
- Sariatn, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1258–1261. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.772>
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92.
- Selvi Harmiyanti, & Fitria Ridha Ningsih. (2025). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Repurchase Interest with Consumer Satisfaction as a Mediating Variable. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(1), 151–160. <https://doi.org/10.36526/santhet.v9i1.5006>
- Sugesti, H., Handayani, S., Hidayat, R. D., & Feriana, S. A. (2024). PENGARUH IKLAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 14(1). <https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/1186>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27, 183–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.357/eb.2022.v27i2.5189>
- Syafa'ati, S. N., & Khusyairi, J. A. (2024). Thrift Fashion Trends as a New Culture

- of Consumerism. *Airlangga Development Journal (ADJ)*. <https://e-journal.unair.ac.id>
- Syahmi, M. R. F., Colia, R. S., & Warman, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SENAPENMAS)*, 1219–1230.
- Syaraahiyya, A., & Rusadi, E. Y. (2023). Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur). *Abdi Masyarakat*, 5(1). <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/PB/issue/archive>
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Tirmidhi, J. at. *The Chapters On Judgements From The Messenger Of Allah*. https://www.hadits.site/hadits/364?utm_source
- Triyanita, Rimbano, D., Hazarona, Ratnawati, D., & Idayati, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM DI INDONESIA. *Media Manajemen Jasa*, 12(2).
- Ummah, N. K., Supriyaningsih, O., & Kurniati, E. (2025). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Baju Thrifthing Dimediasi Kepercayaan dan Sikap Konsumen dalam Perspektif Bisnis Islam*. 3(2).
- Wahyuni, N. P. E. P. (2023). *Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee*. <https://repo.undiksha.ac.id/16887/9/1817041192-LAMPIRAN.pdf>
- Wanti, S., Rombe, E., Santi, I. N., & Riska. (2024). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungku Timur Kabupaten Morowali). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(7), 2484–2489.
- Widyastuti, A. T. (2024). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI ULANG SERTA TINJAUAN DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Jakarta Pusat)*. <https://digilib.yarsi.ac.id/14062/>
- Widyastuti, Z. O., & Hidayat, D. S. (2022). Analysis of Influence of Brand Image

- and Product Quality To the Repurchase Intention Mediated By Trust in Ms Glow for Men Products. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 6(4), 2197–2208. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Wijayanthi, N. P. P. A., & Goca, I. G. P. A. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–116. <https://www.ojs.unr.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/844/740>
- Wildan, C., Djogo, Y. O., & Nurmartiani, E. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Abon Sapi Salakopi Cianjur). *EL-ECOSY: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(1), 65–83. <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi TikTok Shop Silvia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 7(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v9i2.132>
- Yucha, N., & Febrianti, P. (2024). Pengaruh Perceived Value dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi X): Influence of Perceived Value and Promotion on Repurchase Intention in Tokopedia. *Majalah Ekonomi*, 29(1), 84–88.
- Yudanegara, A. (2023). Consumer satisfaction in three dimensions: Analysis of the effect of consumer perceived value on shoes, mobile phones, and cars. *Enrichment: Journal of Management*, 13(3), 1111–1173.
- Yusra, I., & Rizki, W. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85-113TY-JOUR TI-Pengaruh Pemasaran Digital da.