

## SUMBER REFERENSI

- Aaker, D. (2014). *Aaker on branding: 20 principles that drive success*. Morgan James Publishing.
- Adiwibowo, Lili, H., Ratih, & Sari, M. (2012). Analisis Perilaku Pengguna Teknologi Informasi pada Perguruan Tinggi Berstatus BHMN (Studi Penerapan Teknologi Informasi pada FPEB Universitas Pendidikan Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*.
- Adnan, & Abubakar, R. (2021). *Manajemen Pemasaran. (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing)*. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adnan, A., & Aiyub, A. (2020). *Reinventing Potensi Generasi Millennial di Era Marketing 4.0. Aceh: Sefa Bumi Persada (Unpublished)*. Diakses pada: <https://repository.unimal.ac.id/7014>.
- Adnan, (2021). *Perilaku Konsumen*. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- \_\_\_\_\_. (2022). *Pengantar Bisnis Digital*. Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Adnan, Murhaban, Sulaiman, & Zulkifli, (2023). *Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Adnan & Rusydi, (2023). *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Alfian, A., & Susanti, R. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Oppo Di Risel Cell Kec. Sangir Kab. Solok Selatan. *Jurnal Economina*.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arimbi, I. F., & Heryenzus, H. (2019). Pengaruh citra merek, harga, dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada layanan online traveloka. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Arthanovia, V. F. (2024). *Pengaruh kredibilitas influencer Tiktok@ fadiljaidi terhadap minat beli followers= The influence of Tiktok influencer@ fadiljaidi's credibility on followers' purchase interest* (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo, Jakarta.
- Aviecin, A. R. (2021). Tinjauan Hukum Positif dan Mashlahah Mursalah Atas Praktik Jual Beli Pakaian Bekas (Thrift) Bermerek Impor di Kota Malang. (Skripsi). Universitas Islan Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan validitas aitem. *Buletin Psikologi*.
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., dan Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer sesceptibility to interpersonal influence. *Journal of Consumer Research*.
- Benny, J. (2018). Ekspor Dan Impor Pengaruhnya Terhadap Cadangan Devisa Di Indonesia. *Jurnal EMBA*.
- Bertrandias, L. and Elgaaied-Gambier, L. (2014). Others' environmental concern as a social determinant of green buying. *Journal of Consumer Marketing*.
- Bianchi, C., & Andrews, L. (2012). Risk, Trust, and consumer online purchasing behaviour: A Chilean perspective. *International Marketing Review*.
- Brauneis, R., & Schechter, R. E. (2006). Geographic trademarks and the protection of competitor communication. *Trademark Rep.*, 96, 782.
- Bungin, B., & nCIQaR, C. (2020). Post-qualitative social research methods: kuantitatif–kualitatif mixed methods positivism–postpositivism phenomenology-postmodern.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India–An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*.
- Citranuari, S. J. (2015). Pengaruh kepercayaan merek, kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian ulang (studi pada konsumen produk kecantikan Ponds di Universitas Negeri Yogyakarta). *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*.
- Colquitt, Jason A., Jeffery A.Le Pine, dan Michael J.Wesson. 2009. *Organizational Behavior. Improving Performance And Comitment In the Workplace*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Fahmi, J. Z., Ramli, M., & Hidayah, N. (2019). Teknik self-management sebagai upaya mereduksi gaya hidup hedonis siswa SMA. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*.

- Fauzi, A. (2016). Pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik pelanggan-merek terhadap loyalitas merek (Studi pada Pengguna Smartphone Android Advan di Purworejo). *SEGMENT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Ferdinand, Augusty. 2002. Marketing Strategy Making : Proses dan Agenda Penelitian". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gafara, G. (2019). A Brief History Of Thrifting. Diakses pada 14 April 2024 dalam laman <https://www.ussfeed.com/a-briefhistory-of-thrifting>
- Haryono, S., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). Pengaruh Shopping Orientation, Social Influence, Dan System Terhadap Costumer Attitude Melalui Perceived Ease of Use (Studi pada Apple Store).
- Hasan, A. (2014). Marketing & Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Jakarta.
- Husnain, A., Din, S. M. U., Hussain, G., & Ghayor, Y. (2017). Estimating Market Trends By Clustering Social Media Reviews. 13th International Conference on Emerging Technologies (ICET).
- Ikhsano, A., Irawan, F., & Stellarosa, Y. (2021). Fanatisme Budaya Hypebeast di Kalangan Anak Muda Jakarta. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. Jakarta.
- Ismanto Juli. (2020). Manajemen Pemasaran (W. N. Hidayat (Ed.)). Unpam Press, Tangerang Selatan.
- Imamul Arifin. 2013. Membuka Cakrawala Ekonomi. PT. Setia Purna. Jakarta.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Kartajaya, H. (2007). *Hermawan Kartajaya on brand*. Mizan Pustaka. Bandung.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 5). *Erlangga*. Kotler, P., & Keller, KL (2014). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga.

- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing: An Introduction* (13<sup>th</sup> ed). Pearson.
- Kotler, P. (2021). *Marketing Management* (Edisi ke 15). New Jersey. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Kusuma, E. I., Surya, D., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh strategi green marketing dan pengetahuan lingkungan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market-Focused Management*.
- Lau, Geok Then. dan Lee, Sook Han. 1999. Consumer's Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: Young consumers. *Marketing Intelligence and Planning*.
- Liu, F., Xiao, B., Lim, E. T. K., & Tan, C. W. (2017). The art of appeal in electronic commerce: Understanding the impact of product and website quality on online purchases. *Internet Research*, 27(4), 752–771. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2016-0280>.
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y., & Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective. *Information & Management*.
- Mardiastika, E (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton. *Jurnal Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang*.
- Mcshane, S. L., & Glinow, M. A. Von. (2008). *Organizational Behavior: Emerging Realities For The Workplace Revolution* (4th Editio). McGraw-Hill Companies.

- Memey, M., & Siagian, H. L. (2019). Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Najafi, T., Rahimi, R., & Oghazi, P. (2018). Investigating the effects of brand image and brand association on consumer purchasing intention toward foreign car brands. *Management Science Letters*.
- Putra, A. H. P. M. (2019). Pengaruh Percieved Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman. Co. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Oppenheim, C., & Ward, L. (2006, May). Evaluation of web sites for B2C e-commerce. In *Aslib Proceedings* (Vol. 58, No. 3, pp. 237-260). Emerald Group Publishing Limited.
- Permata, R. R., T. S., & B. U. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Jawa Barat. *Dialogia Iuridicia*.
- Prabowo, A. B. (2016). Pengaruh Brand Trust terhadap Behavioral Loyalty melalui Customer Satisfaction di Bandar Djakarta Ancol/Adit Bayu Prabowo/28120413/Pembimbing: Tony Sitinjak.
- Putu, A. D. N., Purnamawati, I. G. A., Atmadja, A. T., & SE, A. (2017). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Kain Endek Sutra Warna Alam Untuk Mengetahui Harga Jual Produk Pada Usaha Tenun Ikat Swastika (Traditional Weavers). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksh*.
- Rahmawati, I., & Hidayah, I. N. N. (2021). Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 843–848.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visimedia. Jakarta.
- Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*.
- Richo, D. (2010). *Daring to trust: Opening ourselves to real love and intimacy*. Boston, MA: Shambhala Publication Inc.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama. Yogyakarta.

- Rusnawati, R. (2022). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Situs Jual Beli Online Shopee (Studi pada Mahasiswa UIN SMH Banten)* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).
- Robbins, Stephen P., dan Judge, 2009, Timothy A, *Organizational Behaviour*. New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper River.
- Robert Brauneis, h 1. Bisa juga dibaca pada Rahmi Jened I.
- Rocky L, Thomas S, Wily J, & Syawaluddin. 2022. Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli. LPPM Universitas Batanghari. Jambi.
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *International Journal of Social Science and Business*.
- Rosetta. (2014). *Customer Engagement from the Customer's Perspective*. Rosetta Consulting.
- 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*.
- Salmiah, S., Sahir, S., & Fahlevi, M. (2024). The effect of social media and electronic word of mouth on trust and loyalty: Evidence from generation Z in coffee industry. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 641-654.
- Samudji, Erick Calvin, Ni Kadek Yuni Utami, and Putu Surya Triana Dewi. 2019. "Perancangan Interior Time Capsule Thrift Shop Center Di Kota Denpasar". *Jurnal Patra*.
- Sangadji, Eta Mamang dan Sopiiah (2018). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Schiffman, L.G and Kanuk, L.L.,2007. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Alih bahasa, Zoelkifli Kasip, Penyunting Bahasa, Rita Maharani, Penerbit PT Indeks, Jakarta.

- Sheth, J. N., & Sisodia, R. S. (2018). *The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customer, Company, and Society*. Routledge.
- Shidiqy, M. F. H. A., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Thrifting Shop Di Kalangan Mahasiswa Aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 66-73.
- Simamora, B. (2002). *Aura merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suarningsih, N. K., Nugroho, W. B., & Aditya, I. G. N. A. K. (2021). Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce research and applications*.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Tamba, R. S., & Chandrika, P. G. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Merek Terhadap Minat Pembelian Smartphone Import Samsung Di Kota Jakarta Timur. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 82-93.
- Tanakinjal, G. H. (2018). Relationship Between Perceived Benefits and Social Influence Towards Self-Disclosure and Behavioral Intention in Web 2.0. *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol.01, No.04, p.63-75 July 2012.
- Tjiptono, F., & Yang, L. (2018). To go or not to go: a typology of Asian tourist destination avoidance. *Asian cultures and contemporary tourism*.
- Tohirin, A. (2021). The Impact of Brand Trust on Purchase Intention: Mediating Role of Perceived Quality and Attitude. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Trochim, W. M. (2020). Research method knowledge base, Qualitative validity.
- Untoro, J. (2010). *Ekonomi*. Kawah Media. Jakarta.
- Vahdat, A., Alizadeh, A., Quach, S., & Hamelin, N. (2020). Would you like to shop via mobile app technology? The technology acceptance model, social factors and purchase intention. *Australasian Marketing Journal*.

- Vanessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh citra merek (brand image) dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Venkatesh, V. et al. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*.
- Wang, Edward Shih-Tse dan Chou, Nicole Pei-Yu. (2017). Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online GroupBuying Repurchasing Intention. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Wicaksono, M. A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*.
- Wirayanthy, N., & Santoso, S. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 87-96.
- Xavier, M. J., Thamizhvanan, A., & Saminadan, S. (2012). Lessons from the annachis of Tamil Nadu.
- Zaragoza-Sáez, P. C., Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., & Úbeda-García, M. (2023). Corporate social responsibility and strategic knowledge management as mediators between sustainable intangible capital and hotel performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 908-930.
- Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: examining consumers’ adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile paymentservices. *Decision support systems*.