

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Ferdinand. (2005). *Structural Equation Modelling: Manajemen Penelitian*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, L. K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Citra.
- Noor, Juliansyah. 2014. Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.

### Jurnal

- Alrwashdeh, M., Emeagwali, O. L., & Aljuhmani, H. Y. (2019). The effect of electronic word of mouth communication on purchase intention and brand image: An applicant smartphone brands in north Cyprus. *Management Science Letters*, 9(4), 505–518. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.1.011>
- Arghashi, V., Bozbay, Z., & Karami, A. (2021). An Integrated Model of Social Media Brand Love: Mediators of Brand Attitude and Consumer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, 20(4), 319–348. <https://doi.org/10.1080/15332667.2021.1933870>
- Badri, J., Sandy Rahma Safitri, T., Tinggi Ilmu Ekonomi, S., & dan Pembangunan, P. (2021). Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Effect Of Ambassador Brand, Buying Interest And Testimonies On Online Purchase Decisions On Instagram On Students In Padang City. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 372–

380.

<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

- Buana, M. W. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Sepatu Olahraga dengan Dimediasi Sikap Konsumen. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(2), 98-109.
- Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>
- Hwang, J., Choe, J. Y. (Jacey), Kim, H. M., & Kim, J. J. (2021). Human baristas and robot baristas: How does brand experience affect brand satisfaction, brand attitude, brand attachment, and brand loyalty? *International Journal of Hospitality Management*, 99. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103050>
- Indrianti Rini Candra, Aulawi Hilmi, & Basit Abdul Acep. (2021). Analisis Kepercayaan Merek Online, Keterikatan dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 21(1), 43–53. [www.jurnal.uniga.ac.id](http://www.jurnal.uniga.ac.id)
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1984). Analysis of linear structural relationships by maximum likelihood, instrumental variables, and least squares methods. (*No Title*).
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1.
- Lily Purwianti. (2021). Pengaruh Religiositas, EWOM, Brand Image dan Attitude terhadap Purchase Intention. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 5(1), 40–50.
- Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039–1042. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Nur Jannah, K., Riawati Kurnia, P., & Penta Sitio, R. (2023). Peran Celebrity Endorsement dalam Mendorong Niat Beli Beauty Product dengan Brand Image dan Brand Attitude Sebagai Mediator. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(02), 161–180. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>

- Nuseir, M. T. (2019). The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE). *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 759–767. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2018-0059>
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2016). Antecedent Keterikatan Merek dalam Membangun Hubungan Merek pada Konsumen (Kepercayaan, Kepuasan, dan Komitmen) terhadap Loyalitas. *Prosiding Elektronik (e-Proceedings) SNIRT FT UNTAG Cirebon*, 5(1), 38–46.
- Rakhmawati, H., & Tuti, M. (2023). Brand Experience Berpengaruh terhadap Brand Attitude, Brand Attachment, Brand Satisfaction, dan Brand Loyalty terhadap Customer Make Over. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 124–136. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Ramesh, K., Saha, R., Goswami, S., Sekar, & Dahiya, R. (2019). Consumer's response to CSR activities: Mediating role of brand image and brand attitude. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 377–387.
- Ramesh, K., Saha, R., Goswami, S., Sekar, & Dahiya, R. (2019). Consumer's response to CSR activities: Mediating role of brand image and brand attitude. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 377–387. <https://doi.org/10.1002/csr.1689>
- Sari, J. A., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2022). Pengaruh Sikap Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 51–60. <https://ejournal2.pnp.ac.id/index.php/jipb>
- Sondoh, S. L., Wan Omar, M., Wahid, N. A., Ismail, I., & Harun, A. (2007). The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*, 12(1), 83–107.
- Sugiharto, S., & Rahardjo, N. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Digital Marketing Pt Prudential Life Assurance Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 1–20.
- Yuanita, A. D., & Marsasi, E. G. (2022). The Effect Of Brand Attachment, Brand Experience, And Self-Image Congruence On The Purchase Intention Of Luxury Brand. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(3), 292. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i3.57542>

## **Skripsi**

Shinta Dewi. (2022). *Rekonstruksi Makna Thrifting Sebagai Sebuah Trend Fashion (Studi Kasus: Mahasiswa FISIP UIN Jakarta)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Syahputra, I. A. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran: Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrifting* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.

Yulieani, M. I. (2019). *Pengaruh Sikap Merek, Persepsi Kualitas Dan Keunikan Merek Terhadap Advokasi Merek Yang Dimediasi Oleh Koneksi Merek Diri Pada City Branding Kota Yogyakarta "Jogja Istimewa"* [Skripsi]. Universitas Islam Indonesia.

## **Situs Web Profesional**

Putri, A. A. (2023). Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir. Badan Pusat Statistika. [<https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo>]. Diakses pada 20 September 2023.

Hardiantoro, A., & Firdaus, F. (2023) *Thrifting* Sedang Digandrungi, Bagaimana Asal-usulnya di Indonesia?. Kompas.com. [<https://www.kompas.com/tren/read/2023/03/18/083000665/thrifting-sedang-digandrungi-bagaimana-asal-usulnya-di-indonesia-?page=all>]. Diakses pada 20 September 2023.

Ummah, F., (2023). *Thrifting*: Solusi Fast Fashion yang Makin Populer bagi Kaum Muda. Marketeers. [<https://www.marketeers.com/thrifting-solusi-fast-fashion-yang-makin-populer-bagi-kaum-muda/>]. Diakses pada 9 Oktober 2023.

## **Situs Web Tanpa Informasi Spesifik Dokumen**

Xtsquare, (2023). Sejarah *Thrifting*, Tren Anak Muda Zaman Sekarang. [<https://www.xtsquare.co.id/4471/sejarah-thrifting-tren-anak-muda-zaman-sekarang/#:~:text=Thrifting%20di%20Indonesia%20diperkirakan%20telah,t empat%20utama%20impor%20pakaian%20bekas>]. Diakses pada 20 September 2023.