

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, Y., Maurin, & Sitorus, R. F. W. (2012). *Ekonomi Manajerial* (2 ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Aditiya, L. M. (2023, Mei 22). *Jawara E-Commerce di Awal Tahun 2023*. Goodstats. Diakses dari <https://goodstats.id/article/jawara-e-commerce-di-awal-tahun-2023-CkEmg>
- Adriani, D., Sinaga, A. F., Puspitasari, D., & Sinulingga, F. A. B. (2022). Analisis Harga, Pendapatan, Dan Permintaan Bahan Pokok Di Medan: Suatu Kajian Literatur. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 10(1), 71–81. Doi:10.24127/pro.v10i1.5413. Diakses dari <https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/5413>
- Ahdiat, A. (2023a, Maret 16). *10 Negara Pemasok Pakaian Bekas Impor Terbesar Ke Indonesia*. Databoks Katadata. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/eee87d4c32c8020/10-negara-pemasok-pakaian-bekas-impor-terbesar-ke-indonesia>
- Ahdiat, A. (2023b, Mei 3). *5 E-commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia (Kuartal I 2023)*. Databoks. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amaliawati, L., & Murni, A. (2017). *Ekonomika Mikro* (3 ed.). Bandung: Refika Aditama.
- Annajah, U., & Falah, N. (2016). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Motivasi Berprestasi Anak Panti Asuhan Nurul HAQ Yogyakarta. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 13(1), 102–115. Doi:10.14421/hisbah.2016.132-07. Diakses dari <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/hisbah/article/view/132-07>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (13 ed.). Jakarta: Rineka Cipta
- Assa, A. F. (2022). Dampak Kecerdasan Emosional, Inovasi Dan Budaya Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Startup E-Commerce XYZ. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1433–1449. Doi:10.31955/mea.v6i3.2572. Diakses dari <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2572>
- Aswadana, P., Rahayu, D. A. S., & Effendy, M. A. A. (2022). Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting. *Jurnal Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya*, 1, 532–540. Diakses dari <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/108/93>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Bandrang, T. N. (2017). Analisis Permintaan Telur Ayam Ras (Suatu Kasus Di Kecamatan Seruyan Hilir Kabupaten Kuala Pembuang Kalimantan Tengah). *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1(1), 55–64. Doi:10.25157/ma.v1i1.32. Diakses dari

<https://media.neliti.com/media/publications/259236-analisis-permintaan-telur-ayam-ras-suatu-8cce1cb2.pdf>

- Basri, F., Munandar, H., & Sihombing, T. (1995). *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI: Distorsi, Peluang Dan Kendala* (2 ed.). Jakarta: Erlangga
- Berek, K. L., & Marbun, S. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Penawaran Dan Permintaan Masker Saat Pandemi Covid-19 Di Denpasar Bali. *Journal Research Of management (JARMA)*, 3(1), 57–65. Doi:10.51713/jarma.v3i1.60. Diakses dari <https://jarma.triatmamulya.ac.id/index.php/Management/article/view/60>
- Charmichael, B. D., & Maxim, S. (2005). Emotional Intelligence, Organizational Legitimacy And Charismatic Leadership. *Academy Of Management Journal*. Diakses dari <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=f464b9cd33de64d9cadb945cd0d181074f0ef4e3>
- Dalyono. (2005). *Psikologi Pendidikan* (3 ed.). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(2), 1–14. Diakses dari <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4441>
- Dewi, R. M. (2023, Juni 9). *Dampak Ilegalnya Thrifting Terhadap UMKM Tekstil Di Indonesia*. Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/rmdewi33/dampak-illegalnya-thrifting-terhadap-umkm-tekstil-di-indonesia-20YuwV4agg3>
- Durianto, Sugiarto, D., & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, M. G. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran Membangun Citra Negara*. Jakarta: Sagung Seto.
- Engel, Blackwell, J. F., Winiard, R. D., & Budijanto, P. W. (1993). *Perilaku Konsumen* (6 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara
- Enru, M. B., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Bengkel Planet Motor Tumpaan. *Productivity*, 2(7), 561–565. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37107/34400>
- Fadila, N. N., Alifah, R., & Faristiana, A. R. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 279–283. Doi:10.55606/lencana.v1i3.1836. Diakses dari <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/Lencana/article/view/1836>
- Faza, H., & Ariantie, F. (2019). Analisis Permintaan Objek Wisata Hutan Tinjomoyo Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Economics*, 9(1), 146–158. Diakses dari <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje/article/view/4034>
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*, 2(1), 15–24. Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/271657/permintaan-dalam-ekonomi-mikro>
- Frisnoiry, S., Harianja, T. Y. W., Simanullang, S., & Pandiangan, W. R. (2023). Analisis Permintaan Dan Penawaran Barang Pokok Dan Non Pokok. *Jurnal Ilmiah*

- Multidisiplin*, 1(12), 1536–1542. Diakses dari <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/748>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Undip: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goleman, D. (1999). *Kecerdasan Emosional: Mengapa EI Lebih Penting Dari IQ* (1 ed.). Jakarta: Gramedia.
- Goleman, D. (2000). *Working With Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosi Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Goleman, D. (2003). *Emotional Intelligence*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, D. (2015). *Emotional Intelligence, Kecerdasan Emosional “Mengapa EI Lebih Penting dari IQ” Terjemahan Oleh T Hermaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gottman, J. (2019). *Kiat-Kiat Membesarkan Anak Yang Memiliki Kecerdasan Emosional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 944–954. Doi:10.24036/jmpe.v1i4.5674. Diakses dari <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/5674>
- Herdiana, A. F. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Malang*. Diakses dari Repository UB. (SKR/FE/2016/380/051606462).
- Hidayah, F. N. (2023, Juni 2). *Ada 49,4% Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting*. Goodstats. Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/Fitrinurhdyh/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sP7wi>
- Hidayati, S. (2019). *Teori Ekonomi Mikro* (S. Anwar & U. Al Faruq, Ed.; 1 ed.). Tangerang Selatan: Unpam Press. Diakses dari https://repository.unpam.ac.id/8598/1/MODUL%20UTUH_TEORI%20EKONOMI%20MIKRO.pdf
- J.Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PT Kencana.
- Kankam, G., & Charnor, I. T. (2023). Emotional Intelligence And Consumer Decision-making styles: The Mediating Role Of Brand Trust And Brand Loyalty. *Future Business Journal*, 9(57), 1–11. Doi:10.1186/s43093-023-00239-8. Diakses dari <https://fbj.springeropen.com/articles/10.1186/s43093-023-00239-8>
- Karina, D., & Srinita. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Transportasi Online Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 5(3), 126–135. Doi:10.24815/jimekp.v5i3.16018. Diakses dari <https://jim.usk.ac.id/EKP/article/view/16018>
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kennedy, P. S. J. (2017). *Modul Ekonomi Mikro Pasar Persaingan Sempurna*. Universitas Kristen Indonesia Fakultas Ekonomi. Diakses dari <https://docplayer.info/201627234->

Modul-ekonomi-mikro-pasar-persaingan-sempurna-dosen-posma-sariguna-johnson-kennedy.html

- Khairani, A. L. (2020, Desember 13). *Mengulik Tren Busana “Thrifting” Yang Sedang Digandrungi Remaja*. Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/amirahlutfiah/mengulik-tren-busana-thrifting-yang-sedang-digandrungi-remaja-1ulbyfwXXzD>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Pemasaran : Analisa, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jakarta: PT Perhallindo.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Bob, S. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Boston: Pearson Education.
- Kurniawan, Moh. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas produk Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, 7(2), 152–164. Doi:10.21107/ee.v7i2.19552. Diakses dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/19552>
- Kusuma, T. M., & Suniantara, I. K. P. (2022). Pengaruh Pendapatan, Social Influence Dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal EKonomi & Manajemen Universitas Binas Sarana Informatika*, 20(1), 31–35. Doi:10.31294/jp.v20i1.11767. Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/11767>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran (Marketing)* (1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lumintang, F. (2013). Analisis Pendapatan Petani Padi Di Desa Teep Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 991–998. Doi:10.35794/emba.1.3.2013.2304. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2304>
- Mahardini, I., & Woyanti, N. (2012). Analisis pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana. *Diponegoro Journal Of Economics*, 1(1), Doi:10.14710/djoe.119. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/119>
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (2 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Manalu, M. (2017). Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 4(2), 1–14. Diakses dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/15205>
- Mankiw, N. G. (2003). *Teori Makro Ekonomi Terjemahan* (5 ed.). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mappigau, E. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Permintaan Rumput Laut. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(1), 84–90. Diakses dari <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/10641/1862>

- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 57–63. Doi:10.24269/asset.v3i1.2703. Diakses dari <https://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET/article/view/2703>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *E-Journal Unesa*, 10(3), 62–68. Doi:10.26740/jotb.v10n3.p62-68. Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-busana/article/view/43200>
- Melita Prati, L., Douglas, C., Ferris, G. R., Ammeter, A. P., & Buckley, M. R. (2003). Emotional Intelligence, Leadership Effectiveness And Team Outcomes. *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(1), 21–40. Doi:10.1108/eb028961. Diakses dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb028961/full/html>
- Mirzaqon, T. A., & Purwoko, B. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing. *Jurnal BK Unesa*, 8(1), 1–8. Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/22037>
- Mowen, J., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (D. K. Yahya, Ed.; 5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mubayidh, M. (2006). *Kecerdasan & Kesehatan Emosional Anak*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Muiz, A. N., Fajar, W. L., & Rahayu, R. (2023). Dampak Impor Pakaian Bekas Terhadap Kestabilan Industri Tekstil Dan Produk Tekstil Di Indonesia. *BUSINESS: Scientific Journal Of Business And Entrepreneurship*, 1(2), 109–117. Diakses dari <https://journal.csspublishing.com/index.php/business/article/view/87>
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological Meaning Of Money Dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja Di Kota Malang. *Seminar Psikologi dan Kemanusiaan*, 17(01), 978–979. Diakses dari <https://mpsi.umm.ac.id/files/file/582-596%20zzMisbahun%20Tri%20Muji.pdf>
- Narimawati, U. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nicholson, W. (2002). *Mikroekonomi Intermediate Dan Aplikasinya* (8 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Nicholson, W., & Daniel, W. (1995). *Teori Mikroekonomi : Prinsip Dasar Dan Perluasan* (5 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen : Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran* (1 ed.). Yogyakarta: Idea Press.
- Nugraheni, P. N. A. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Skripsi. (Tidak Diterbitkan). Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Nuranisa Fitri, Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelان. *SIBATIK*

- JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(3), 151–162. Doi:10.54443/sibatik.v1i3.21. Diakses dari <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/21>
- Nurasyiah, & Nurdin, H. (2021). Analisa Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 327–341. Doi:10.32493/dr.b.v4i4.10946. Diakses dari <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/10946>
- Pakaya, I., Posumah, J. H., & Dengo, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *JAP*, 7(104), 11–18. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/33692>
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015, 2 (2015). Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/128974/permendag-no-51-m-dagper72015-tahun-2015>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (4 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Pujiastuti, N., Reza, & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 7(1), 107–117. Doi:10.21067/jrpe.v7i1.6710. Diakses dari <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/6710>
- Puranda, N. R., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Bisnis dan IPTEK*, 10(1), 25–36. Diakses dari <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/82>
- Purwanto. (2009). *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Putra, K. R. A., Landra, N., & Puspitawati, N. M. D. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada LPD Se-Kecamatan Tabanan. *Jurnal Emas*, 3(9), 126–137. Diakses dari <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4268>
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2001). *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar* (3 ed.). Jakarta: LP-FEUI.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2019). *Pengantar Ilmu Ekonomi: (Mikroekonomi & Makroekonomi)* (4 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Rahman, A., Lukito, A. M., & Yutika, R. V. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business*. Jakarta: Transmedia. Diakses dari https://perpustakaan.pancabudi.ac.id/dl_file/buku/12242_1_STRATEGI_DAHSYAT_MARKETING_MIX_FOR_SMALL_BUSINESS_:_CARA_JITU_MERONTOK_KAN_PESAING.pdf
- Rahman, Z., & Yafiz, M. (2022). Analisis Permintaan Alat Kapal Pada PT. Prima Multi Peralatan. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(2), 43–46.

- Doi:10.37676/mude.v1i2.2101. Diakses dari
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/mude/article/view/2101/1691>
- Rahmatia, Kasrina, & Mangilep, M. A. A. (2022). Permintaan Pakaian Oleh Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Pada pasar Daring. *Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial*, 1(1), 79–96. Doi:10.26487/jeds.v1i1.20595. Diakses dari <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jeds/article/view/20595>
- Rakasiwi, L. S., & Kautsar, A. (2021). Pengaruh Faktor Demografi Dan Sosial Ekonomi terhadap Status Kesehatan Individu Di Indonesia. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 5(2), 146–157. Doi:10.31685/kek.v5i2.1008. Diakses dari <https://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal/index.php/kek/article/view/1008>
- Rasyid, H. Al. (1993). *Teknik Penarikan Sampel Dan Penyusunan Skala*. Bandung: Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran.
- Riduwan, & Kuncoro. (2012). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rismiati, C. E., & Suratno, B. I. G. (2001). *Pemasaran Barang Dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. S. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34769>
- Rosita, A. T. (2021). *Pengaruh Faktor Modal, Lokasi Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang*. Diakses dari <https://repository.uinsaizu.ac.id/10477/>
- Ruas, Z. La, & Abdurrahman, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Produk Terhadap Keputusan pembelian Produk Barang Thrifting Di Yogyakarta. *Indonesian Jorunal Of Economics, Business, Accounting And Management*, 1(4), 37–50. Diakses dari <https://journal.seb.co.id/ijebam/article/view/22/22>
- Saladin, D. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Pelaksanaan Dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya.
- Sari, N. A. (2023, Maret 23). *Indonesia Fashion Chamber Nilai Pakaian Bekas Impor Rugikan Desainer Lokal*. Media Indonesia. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/weekend/568050/indonesia-fashion-chamber-nilai-pakaian-bekas-impor-rugikan-desainer-lokal>
- Setyawan, A. A., & Simbolon, D. (2018). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa SMK Kansai Pekanbaru. *Jurnal Penelitian dan Pembelajaran Matematika*, 11(1), 11–18. Doi:10.30870/jppm.v11i1.2980. Diakses dari <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JPPM/article/view/2980/0>
- Situmorang, M. K. (2018). Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 90–98. Doi:10.30596/maneggio.v1i1.2340. Diakses dari <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/2340>
- Soekartawi. (2002). *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, W. J. (1984). *Prinsip Pemasaran, Terjemahan Y. Lamarto*. Jakarta: Erlangga.

- Sudjana, N., & Ibrahim. (1989). *Penelitian Dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiarto, Herlambang, T., Kelana, S., Brastoro, & Sudjana, R. (2007). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* (4 ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (19 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2005). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2006). *Makroekonomi: Teori Pengantar* (3 ed.). Jakarta: Rajawali Press.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (3 ed.). Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2007). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Mitra Wacana Media. https://opac.perpustakaan-ibik57.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1623
- Suroto. (2000). *Strategi Pembangunan Dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*, 7(2), 1–6. Diakses dari <https://docplayer.info/123649-Membuat-segmentasi-berdasarkan-life-style-gaya-hidup.html>
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis* (1 ed.). Jakarta: Gramedia.
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle Dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33–40. Doi:10.29080/jpp.v11i1.350. Diakses dari <http://jurnalfpk.uinsby.ac.id/index.php/JPP/article/view/350>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, 24 (2014). Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>

- Virgina, G. S. (2022). *Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya*. Diakses dari <http://digilib.uinsa.ac.id/51865/>
- Wahid, N. N., Marino, W. S., & Fadillah, A. R. (2023). Kecerdasan Emosional Sebagai Salah Satu Faktor Penentu Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5, 3167–3174. Doi:10.32670/fairvalue.v5i7. Diakses dari <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/2996>
- Walgito, B. (2009). *Pengantar Psikologi Umum* (4 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, C. T. (2017). Analisis Pengaruh Kecerdasan Emosional (EQ) Dan Kecerdasan Spiritual (SQ) Pada Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1), 1–15. Doi:10.20961/jbm.v15i1.4108. Diakses dari <https://jurnal.uns.ac.id/jbm/article/view/4108>
- Wiyanti, S., Maulana, A., H, A. N., Yusufi, F. R., & Erdiansyah, M. Y. (2023). Pengaruh Lingkungan, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Angkringan Di Kota Tegal. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 1–8. Doi:10.59435/gjmi.v1i2.6. Diakses dari <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/view/6>
- Yudohusodo, S. (1998). *Transmigrasi: Kebutuhan Negara Kepulauan Berpenduduk Heterogen Dengan Persebaran Yang Timpang*. Jurnalindo Aksara Grafika. Diakses dari <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20153256&lokasi=lokal>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.
- Zed, M. (2003). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.