

DAFTAR PUSTAKA

- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). *Effect of brand image, price, and quality of product on the smartphone purchase decision. EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294-305.
- Cockrill, A. M., & Schindler, R. M. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dermawan, A. (2023). *Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk, Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) Di Kabupaten Kebumen (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa)*.
- Fadli, Z., Februadi, A. C., & Senalajari, W. (2021). Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas. *In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, 12*, 1156-1161.
- Fauziah, M. N., & Setiawan, H. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Image, Product Quality, Dan Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Thrift Shopping Fashion* Di Instagram. *In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, 4*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2017). *Marketing Management (15th ed.)*. New York: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi ke-13)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, R., & Suharyono, F. (2019). Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang.
- Kurniawati, D., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang). *Brawijaya University, 1*.
- Kusumaningtyas, R. F. (2009). *Perlindungan Hak Cipta Atas Motif Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa (Studi Terhadap Karya Seni Batik Tradisional Kraton Surakarta)* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).

- Lesmana, J. A., Putri, A. D., & Pratama, R. (2018). Pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat pembelian produk organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 10(2), 45-58.
- Mahyarni, M. (2013). *Theory of reasoned action* dan *theory of planned behavior* (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal EL-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Markoni, S. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Rev. ed.)*. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia.
- Mubarak, S. A., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh *Fashion Lifestyle* Terhadap *Purchase Intention*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(3).
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Nasution, M. N. (2010). *Perilaku Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 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*, 4(2), 847-868.
- Salbiyah, S. (2020). Theory Planned Behavior Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Mahasiswa Dengan Cooperative Learning Tipe Jigsaw Sebagai Variabel Moderating Di FEB Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Balance*, 17(1), 82-89.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi). Bandung: Alfabeta.

- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi dan Manajemen*, 1, 67-86.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (Edisi 5)*. Yogyakarta: Andi.
- Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved di Thriftshop. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(4), 941-948.