

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Danuri, “Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital,” *Jurnal Ilmiah Infokam*, vol. 2, no. 15, pp. 116–123, 2019.
- [2] A. Nugraha, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention untuk Mengadopsi Media Sosial sebagai Tempat Belanja Online,” *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, pp. 26–27, 2020.
- [3] S. I. Isnawati, S. I. Kom, and A. Purwanto, “Generation Z Buying Behaviour Analysis Of Retail Business Opportunities,” *Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2, no. 2, pp. 11–21, 2022.
- [4] F. Agnesvy and M. Iqbal, “Penggunaan Trend Fashion Thrift sebagai Konsep Diri pada Remaja di Kota Bandung,” *Avan Garde*, vol. 10, no. 02, pp. 254–271, 2022.
- [5] Iprice, “Statistik Kunjungan Dan Rangking Aplikasi Mobile Untuk E-commerce Di Indonesia,” 2022. [Online]. Available: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- [6] I. K. W. Dharma, “Factors that Influence Generation Z’s Purchase Intention Towards Imported Secondhand Clothes In Indonesia,” *Journal Integration of Management Studies*, vol. 1, no. 2, pp. 136–145, Jul. 2023.
- [7] A. Achmad and H. Grendi, “Berlindung Dibalik Pakaian Bekas Awul-Awul:Telaah Sosiologis Gaya Hidup Remaja Kota Yogyakarta Dalam Mengkonsumsi Pakaian Bekas,” *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, vol. 6, no. 3, pp. 1–17, 2017.
- [8] N. N. Fadila, R. Alifah, and A. R. Faristiana, “Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa,” *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, vol. 1, no. 3, pp. 278–291, 2023.
- [9] M. Rizky, “Anak Muda Doyan Barang Bekas, Baju Impor Ilegal Laris Manis.”[Online].Available:<https://www.kompas.id/baca/internasional/2024/01/29/milenial-dan-gen-z-makin-gemari-pakaian-bekas>

- [10] I. Sarwindaningrum, “Kaum Milenial dan Gen Z Makin Gemari Pakaian Bekas.” [Online]. Available: <https://www.kompas.id/baca/english/2024/01/29/en-milenial-dan-gen-z-makin-gemari-pakaian-bekas>
- [11] F. N. Hidayah, “Ada 49,4% Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting,” [Online]. Available: <https://data.goodstats.id/statistic/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sP7wi>
- [12] N. Putu, A. S. Saraswati, and D. R. Atika, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Penjualan Pada Stripesme Thrift Store Denpasar,” *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 1009–1013, 2022.
- [13] A. Fauziah and D. Ardiansah, “Jual Beli Pakaian Bekas (Thrifting) Menurut Hukum Positif Indonesia dan ekonomi Islam,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Syariah*, vol. 1, no. 1, pp. 13–23, 2023.
- [14] M. Ifadah, A. M. Ilmi, V. U. Alamsyah, and G. H. A. Wijaya, “The Effects of Instagram-Based Information Dissemination and the Perceived Green Value on Z-Generation’s Interest in Thrifting,” *Ilomata International Journal of Social Science*, vol. 4, no. 3, pp. 336–349, Jul. 2023.
- [15] J. H. G. Amaral and E. E. Spers, “Brazilian consumer perceptions towards second-hand clothes regarding Covid-19,” *Cleaner and Responsible Consumption*, vol. 5, Jun. 2022.
- [16] J. Tumpal and M. Hasugian, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel,” *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 3, no. 4, pp. 923–937, 2015.
- [17] A. R. Kusumastuti and D. Setyabudi, “Hubungan Brand Image, Brand Prestige, Lifestyle, dan Social Influence dengan Keputusan,” *e-journal*, pp. 1–12, 2018.
- [18] T. M. Rausch and C. S. Kopplin, “Bridge the gap: Consumers’ purchase intention and behavior regarding sustainable clothing,” *J Clean Prod*, vol. 278, Jan. 2021.
- [19] M. Robi, D. Kusnandar, and E. Sulistianingsih, “Penerapan Structural Equation Modeling (Sem) Untuk Analisis Kompetensi Alumni,” *Buletin Ilmiah Math. Stat. dan Terapannya (Bimaster)*, vol. 6, pp. 113–120, 2017.

- [20] M. Ridwan, B. Ulum, and F. Muhammad, "Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah," vol. 2, no. 1, pp. 42–51, 2021.
- [21] D. A. Saksitha and Ms. Jailani, "Ragam Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Dalam Penelitian," *Journal Genta Mulia*, vol. 15, no. 1, pp. 15–22, 2024.
- [22] M. S. Widodo and S. Devica, "Pengaruh Price Sensitivity Dan Environmentalism Terhadap Purchase Intention Pada Pakaian Thrift," *Jurnal Bisnis Terapan*, vol. 6, no. 2, pp. 171–182, Dec. 2022.
- [23] C. J. J Kalesaran, M. Mangantar, E. M. Gunawan, C. Joy Johanes Kalesaran, M. Mangantar, and E. M. Gunawan, "The Effect Of Social Influence And Product Attributes On Customer Purchase Intention: A Study Of Second-Hand Clothes In Manado," vol. 10, no. 3, pp. 237–245, 2022.
- [24] A. F. Anwar, S. H. Darpito, and H. Nurrohim, "Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, Perceived Price terhadap Niat Beli Survei Pada Generasi Muda Calon Konsumen Produk Thrift di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 10, no. 2, pp. 327–336, Aug. 2022.
- [25] A. A. Rais, "Kegiatan Pemasaran Media Sosial, Pengaruh Aktivitas Ekuitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Pakaian Thrifting Di Yogyakarta," Universitas Islam Indonesia, 2021.
- [26] A. Fatah, D. A. P. Sari, I. S. Irwanda, L. I. Kolen, and Pg. D. Agnesia, "Pengaruh Larangan Impor Pakaian Bekas Terhadap Pengusaha Thrift," *Jurnal Economica*, vol. 2, no. 1, pp. 285–292, 2023.
- [27] R. I. Hernawati and D. F. H. Saputro, "Environmental Awareness Mahasiswa Dalam Menjaga Keberlanjutan Lingkungan," 2020.
- [28] A. Neolaka, *Kesadaran Lingkungan*, vol. 18. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- [29] E. S. Geller, *The Psychology of Safety Handbook*. 2016.
- [30] R. Ali and A. M. Masykur, "Hubungan Antara Identitas Etnik Dengan Prasangka Terhadap Etnik Tolaki Pada Mahasiswa Muna Di Universitas

- Haluoleo Kendari Sulawesi Tenggara,” *Jurnal Psikologi Undip*, vol. 7, no. 1, 2010.
- [31] S. Ghorbal and S. Lestari, “Pengaruh Kecerdasan Emosi, Prasangka, dan Kualitas Pertemanan terhadap Sikap Toleransi Siswa pada Sekolah Berbasis Agama,” *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, vol. 9, no. 2, p. 2021, 2022.
- [32] I. Mayasari, “Need For Uniqueness: Konsep Teoretis, Konteks Sosial Dan Dilema Pengukuran Dalam Ilmu Perilaku Konsumen,” 2009.
- [33] I. Indarwati, “Loyalitas Merk Dasar Strategi Penentuan Harga,” *Majalah Ilmiah Ekonomika Volume*, pp. 75–129, 2010.
- [34] D. A. Bastian, “Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia,” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2014.
- [35] A. F. Wibowo, D. E. Suseno, H. Riyadi, and S. C. Id, “Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang),” *Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, pp. 1–17, 2017.
- [36] A. D. Ramaiska, “Analisis Environmental Awareness Dalam Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Menurut Perspektif Bisnis Islam,” 2022.
- [37] L. Aragoncillo and C. Orús, “Impulse buying behaviour: An online-offline comparative and the impact of social media,” *Spanish Journal of Marketing*, vol. 22, no. 1, pp. 42–62, Jun. 2018.
- [38] M. Y. Simatupan, “Pengaruh Jaminan dan Online Reviews terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Penjualan Online Tokopedia,” 2019.
- [39] P. Istiadah, O. Sa’roni, and D. S. Haryanti, “Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Behavior Dalam Berbelanja Online Di Aplikasi Tokopedia,” *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, vol. 20, no. 1, pp. 73–82, 2022.
- [40] N. H. Putri, N. S. Sari, and N. Rahmah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 3, no. 5, pp. 504–514, 2022.

- [41] Y. Hanike, “Modifikasi Model Analisis Structural Equation Model (Sem) Pada Reaksi Pasar Di Perusahaan Bursa Efek Indonesia Melalui Modification Indices,” *Jurnal Matematika dan Pembelajaran*, vol. 6, no. 2, p. 142, 2018.
- [42] L. K. Harahap, “Analisis Sem (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) Oleh,” *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*, 2020.
- [43] T. C. Widiastuti, N. Universari, and I. N. Setiawan, “Determinan Perilaku Konsumtif Belanja Online Generasi Z Di Kota Semarang,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Terapan*, vol. 1, no. 2, pp. 121–133, Jul. 2023.
- [44] E. M. Immanuel, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kecap Laron Dengan Metode Structural-Equation Modelling (Sem),” 2018.
- [45] I. Puritan Wijaya ADH, “Perancangan Sistem Pengolahan Kuesioner Penggunaan Laboratorium Stikom Bali,” *Jurnal Sistem Dan Informatika*, vol. 10, no. 2, pp. 128–136, 2017.
- [46] W. Widhiarso, “Jumlah Sampel Dalam Pemodelan Persamaan Struktural (SEM),” *Universitas Gadjah Mada*, 2010.
- [47] U. Sekaran and R. Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York, 2013.
- [48] Maryuliana, I. M. I. Subroto, and S. F. C. Haviana, “Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert,” *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika*, vol. 1, no. 2, pp. 1–12, 2016.
- [49] R. S. Pontoh, “Configural Frequency Analysis Untuk Melihat Karakteristik Calon Investor Saham Retail Pt Bursa Efek Jakarta,” *Universitas Padjadjaran*, 2008.
- [50] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Anderson, Multivariate Data Analysis: Global Edition*, vol. 7th Edition. 2010.
- [51] S. Kamarudin and M. Taat, “Pengaruh Faktor-faktor Tekanan Kerja dalam kalangan Guru di Sekolah Menengah: Satu Analisis Persamaan Struktur

- (SEM-PLS),” *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 5, no. 11, pp. 104–115, Nov. 2020.
- [52] D. W. Putri and L. Utama, “Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, Dan Kebutuhan Akan Keunikan Terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxury Brand Pada Generasi Y,” *Jurnal Manajerial Kewirausahaan*, vol. 3, no. 1, pp. 176–185, 2021.
- [53] W. W. A. Dewi and W. R. Syauki, “Green awareness of female consumers towards sustainable products in Indonesia,” *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*, vol. 13, no. 1, pp. 129–139, Oct. 2023.
- [54] G. Scherhorn, “Consumer’s concern about the environment and its impact on business,” *J Consum Policy (Dordr)*, vol. 16, no. 2, pp. 171–191, 1993.
- [55] G. Denis and R. Dominique, *A Second-hand Shoppers’ Motivation Scale: Antecedents, Consequences, and Implications for Retailers*, 4th ed., vol. 86. 2010.
- [56] Sopiah, Sangadji, and E. Mamang, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, C. V Andi Offset. 2013.
- [57] A. D. Syakira *et al.*, “Pengaruh Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 2, pp. 7448–7460, 2023.
- [58] R. Septiani, F. Achmadi, and I. Santoso, “Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurusan Teknologi Industri Pertanian*, vol. 13, no. 2, pp. 201–218, 2014.
- [59] H. Siringoringo, “Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen,” *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 3, no. 9, pp. 125–137, 2004.