

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*.
- Aaker, D. A. (2016). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Amiruddin, M. F., & Abdullah, M. W. (2018). Psikografis dan Religiusitas dalam Bertransaksi Pada BNI Syariah Makassar. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 45. <https://doi.org/10.29240/jie.v3i1.347>
- Andriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 198–208. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26322>
- Anggraini, T. R. (2022a). Pengaruh Gaya Hidup Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143–161. <https://doi.org/10.25273/The>
- Anggraini, T. R. (2022b). Pengaruh Gaya Hidup Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143–161. <https://doi.org/10.25273/The>
- Ariyani, A. D., Asyiqin, N., & Hidayah, N. (2024). *Analysis of Key Factors on Thrift Shopping Purchase Decisions*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1891-1900. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/2819>

- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2), 53–62.
- Ayu Nirmala, I., & Sri Rahayu, Y. (2022). Pengaruh *Islamic Marketing Mix* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 326–337. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9430](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9430)
- Azzari, V., & Pelissari, A. (2020). *Does brand awareness influences purchase intention? The mediation role of brand equity dimensions*. *Brazilian Business Review*, 17(6), 669–685. <https://doi.org/10.15728/BBR.2020.17.6.4>
- Benisa, A. L., Musfiroh, M. F. S., Hinawati, T., Khabib, A., & Sabrina, L. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Si Alus Idaman dengan Minat sebagai Variabel Intervening (Studi di KSPPS Al Uswah Cabang Banjar Patroman Provinsi Jawa Barat). 5, 39–53.
- Chandradewi, R., Rahadjo, M., & Yitawati, K. (2018). Analisa Yuridis Tentang Perdagangan Pakaian Bekas Impor Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Yustisia Merdeka*, 4(1), 64–72.
- Charli, C. O. (2020). Pengaruh *social media marketing*, fasilitas wisata dan citra destinasi wisata terhadap minat wisatawan berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40–48.

Cristianto, D. A. J., Listiana, E., Afifah, N., Juniwati, J., & Mayasari, E. (2024). *Social media, lifestyle influence, brand awareness mediate Fore Coffee purchase decisions. Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 175–187. <https://doi.org/10.35335/JMAS.V7I1.395>

de Aguiar Hugo, A., de Nadae, J., & da Silva Lima, R. (2023). *Consumer perceptions and actions related to circular fashion items: Perspectives of young Brazilians on circular economy. Waste Management and Research*, 41(2), 350–367. <https://doi.org/10.1177/0734242X221122571>

Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2628–2643. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.838>

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*). Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, Muh. R., Lestari, B., & Patma, T. S. (2024). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk PT Petrokimia Gresik. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2), 275–283. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i2.3607>

Galante Amaral, J. H., & Spers, E. E. (2022). *Brazilian consumer perceptions towards second-hand clothes regarding Covid-19. Cleaner and Responsible Consumption*, 5(March). <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2022.100058>

- Ibrahim, R., Bumulo, S., & Apajulu, S. (2024). Fenomena *Thrifting* Fashion di Era Milenial (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Thrifting* Fashion di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. *Selvin Apajulu SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(c), 136–145.
- Iriani, et al. (2022). Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Minat Beli Calon Nasabah Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT. Sunlifer Financial Cabang Medan). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi* Vol, 10(2), 155–160.
- Khasanah, C. I., & Mustofa, N. H. (2022). *Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 93–111.
- Kim, J., Lee, S., Tong, Z., & Woo, H. (2024). *What Do Consumers Expect and Gain from the Sharing Economy? A Systematic Literature Review (2016–2021) on the Antecedents and Outcomes*. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 48(2), 367–381. <https://doi.org/10.5850/JKSCT.2024.48.2.367>
- Kurniawan, Moh. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Wilayah Blitar. *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning: Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, 16(2), 39–55.
- Lingga, B. A., Lukatiningsih, A., & Maharani, B. D. (2024). *The Influence Of Lifestyle, Brand Image And Brand Equity On The Purchase Decision Of Thrift Store In Yogyakarta*. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 587–594. <https://doi.org/10.56457/JIMK.V12I2.607>

- Lutfia, S., Kasno, & Lukiana, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Herbalife* Di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus Pada Aicy Club, KS Club, dan Dena's Club). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>|105
- Mutadun, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador Celebrity*, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus *Market Place Shopee*). *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 123–130. <https://doi.org/10.37531/ECOTAL.V3I2.178>
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/PAR.V9I1.12048>
- Nur, R., Putri, A., Santoso, B., & Hafidzi, A. H. (2025). Dampak *Shopee Live*, *Online Customer Review*, dan *Video Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Aneka Jersey. 8(2), 406–416.
- Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada *Rocket Chicken Wolter* Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>
- Putri, Patria, A. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berpakaian *Thrifting* Melalui *Feed Instagram*. *Jurnal Barik*, 3(2), 125–137.

- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rahmadani, A. (2024). *The Effect of Shopping Orientation on Thrift Clothing Purchasing Decisions in Padang State University Student. International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*. <https://jurnal.causalita.com/index.php/intrend/article/view/135>
- Rahmawati, A., Santoso, B., & Samsuryaningrum, I. P. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial, *Experience Transaction* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer Yamaha Ambulu. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(03 Juni), 3668–3678.
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Purchase Intention* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.116>
- Sarah, F. S., Purnama, E. A., Priyani, A., Afsari, F., & Harahap, M. I. (2023). *Analysis of Student Investing Decisions in Medan City in Crowdfunding*.

Jurnal Pendidikan Rafflesia, 1(2), 91–104.

<https://doi.org/10.70963/jpr.v1i2.52>

Setyariningsih, E. (2019). Pengaruh gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online (e-commerce)* lazada di kota Mojokerto. 2, 1–23.

Sidharta, G. (2020). Pengambilan Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen.

Strauss, J., & Frost, R. (2023). *E-Marketing: Theory and Application* (9th ed.).

Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003261063>

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: prinsip, penerapan, dan penelitian (Anastasia Diana, Ed.). *March*, 5–6.

Ulumudin, M. I., & Wahyuati, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda *Pacific Noris*. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 10(8), 10–18.

Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Merek *Iphone* Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.