

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). Manajemen pemasaran & pemasaran jasa. *Bandung: CV. Alfabeta.*
- Angipora, Marius P. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Andriani, A. D., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 194-207.
- Artana, I. N. J., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2021). PENERAPAN E-COMMERCE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENENTUKAN CUSTOMER RETENTION DI PIZZA HUT DELIVERY PADA KAWASAN KOTA DENPASAR. *EMAS*, 2(2).
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. *Global Research And Consulting Institute.*
- Fahmi Irham. (2016). Perilaku Konsumen (M.A. Sayed Mahdi, S.E. (ed.)). Alfabeta, BAndung.
- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Penerbit Qiara Media
- Garvin, David, A. (2016). alih bahasa Tjiptono, F. Strategi Pemasaran. Yogyakarta

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Imaroh, N., & Marlana, N. (2022). Pengaruh brand reputation dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian branded preloved di thriftshop online instagram. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(2), 239-245
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th Ed. Prentice Hall.Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip.(2003). *Marketing Management*. Eleventh Edition. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P., dan Keller, K.L., (2006). *Marketing Management*, twelfth Ed. New Jersey:Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P, dan Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12.Terjemahan. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi XII, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas*,Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Lane, Kevin. (2009). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Edisi Ketiga Belas, Jilid Pertama.

- Kotler, dan Keller, (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2012). Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2016): Prinsi-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. Jurnal Pundi. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(2).
- Ramdhani, N. (2009). Pembentukan dan Perubahan Sikap. Available: <http://neila.staff.ugm.ac.id/wordpress/wpcontent/uploads/2009/09/bab2a1- attitude.pdf>.
- Rizki, M., & Andryani, D. (2021). Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian bekas pada Pasar Monza Tanjungbalai (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasar Monza Tanjungbalai) (Doctoral dissertation, UMSU).
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228-233

Sarfina, Alida Palilati dan Nofal Nur, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Bekas Di Kota Kendari. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 1(1), 1-16.

Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Sangadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45-62.

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Kencana Prenada Media Group.

Silalahi, R. Y. B., & Susantri, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akutansi)*, 2, 83-94.

Susanto, A. (2018). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. Universitas Negri Semarang.
<http://lib.unnes.ac.id/18429/1/7350408092.pdf>.

Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen Impilikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu

Sarfina, Alida Palilati dan Nofal Nur, (2016), Pengaruh Kualitas Produk,

Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Bekas Di Kota Kendari. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 1(1), 1-16.

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____, (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan 14, CV Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F. (2012), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Tjiptono & Candra, Gregorius. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Edisi Kedua.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, (2016), *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Winingsih, A. N., & Triyonowati, T. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).

Wijaya, Yoni Servika. (2018). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Administras Bisnis*, Volume 12. Nomor 2. Halaman 1-7.

Widodo, A. S., & Wardani, S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cendo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 62
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4496>.