

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Anggraini, M. D., Nawangsih, & Anisatul, F. (2020). Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Koperasi Karyawan Mustikatama di Toga Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*. 3(1), 48-56.
- Aprila, N. D. (2022). Kualitas Produk, Harga dan Promosi Sebagai Tinjauan Keputusan Pembelian Thrift Shop Online Instagram @tembokberita2nd. *Skripsi*. Universitas Negeri PGRI, Kediri.
- Arifa, N., Hartono, & Tri, P. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*. 1(1).
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Woles Chips*. *Journal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 441-447.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Aziz, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia*.
- Dharmmesta, B. S & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dihni, V. A. (2022). Gaya Busana Pilihan Responden untuk tahun 2022. *Databoks*. Diperoleh pada 23 Februari 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.

- Dwinanda, G., & Yuswari, N. (2020). Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*. 6(1).
- Fadli, Chairunisa Muchtar, Yasmin, & Qomariah, Inneke. (2019). *Business Start Up Bagi Generasi Milenial*. Medan: Yayasan Al-Hayat.
- Fauziah, M. N., & Hendra, S. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Thrift Shopping Fashion* di Instagram. *Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4*.
- Ganesha, T. P., Sriayu, R., & Vicky, F. S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada *Thrift Store* di Instagram. *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis*. 1(2).
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Surabaya : Health Books Publishing.
- Hikmawati, F. (2017) *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Indrawan, R. & Yaniawati R.P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Indriantoro, N., Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: ANDI, BPFE.
- Irawan, R., Nawangsih, & Riza, B. S. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*. 2(1).
- Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R., Ikhsan, R. . (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>

- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, H. . (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marzuki, A., Armerao, C., & Rahayu, P.F. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang : Ahli Media Press.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: Deepublish.
- Murshid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., Lestariningsih, N. D., Maslacha, H., & Romadhana, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga*. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang.
- Nawangsih. Ifa, K. & Ariyono, K. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Lumajang: APPTI.
- Nugroho, Y.A. (2011). *It's easy... Olah Data dengan SPSS* Cetakan ke-1. Yogyakarta : Skripta Media Creative.
- Nasution, M. N. (2011). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Paramita, R.W.D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Azyan Mitra Media.
- Pratama, B. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Bangunan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Mutiara Kunir Residence Lumajang*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. STIE Widyagama, Lumajang.
- Priansa, D. J. (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Risdiana, F.Y. (2019). *Statistik Sosial*. Madura : Duta Media Publishing.
- Rismalasari, Slamet, A. R., & Hatneny, A. I. (2016). Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Three Second Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 9(7), 1–16.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri*. 4.0. Deepublish.
- Robert, Marco, & Bernadheta, Tyas Puspa Ningrum. (2017). *Analisis Sistem Informasi E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan*. 18, 48–53.
- Rosmaniar, A., Artia, R., Rio, R., Selly, S. M., & Tri, P. G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thrift Store* di Instagram. *Journal Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development*. Vol.3.
- Sakdiyah, Lifatin, Rochaman Effendi, and Alwan Sri Kustono. 2019. “Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember”. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 6(2):120.
- Santoso, S. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Sari, E. Y. L. M., Emmy, M., & M. Ato'illah. (2022). Pengaruh Kualitas Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Berkarbonasi Coca-Cola (Studi Kasus pada Toko Fajar Jaya). *Journal of Organization and Business Management*. 4(4), 248-257.
- Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. 2017. “*Theory of Planned Behaviour* untuk Memprediksi Niat Berinvestasi”. *E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 12: 4043.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Bogor: In Media.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sukmaningrum, S. & Mudji, R., (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan *Theory of Planned Behavior*

- (Studi pada Mahasiswa Pelaku Wirausaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*. 6(3), 1-12.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Tietenberg, Tom dan Lewis, Lynne. (2012). *Environmental and Natural*.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan layanan Prima*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Wahyuni, Nuraida, Irman, Ade Saeful Mutaqin, & Gunawan, Akbar. (2018). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).
- Wisnuwardhani, L. (2015). Upaya Peningkatan Penjualan Baju Bekas Melalui Media Facebook (Studi Pada Viece Second Kalla). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Zanah, B. H., Fauzan, M., & Kusnanto, D. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rengginang UD Makmur Lumajang. *Jurnal Progress Conference*. Vol.2.