

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., dan Tantri, F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Depok, Jawa Barat, Indonesia: PT. RajaGrafindo Persada.
- Afifah, N. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *TikTok Shop* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surabaya. <https://repository.um-surabaya.ac.id/8807/>
- Afrella, G. R., Maduwinarti, A., dan Mulyati, D. J. (2024). Pengaruh *Content Marketing*, *Viral Marketing*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu PVN pada Mahasiswa di Surabaya. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(9), 1-10. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/4458899>
- Alkharabsheh, O. H. M., dan Zhen, B. H. (2021). *The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision*. In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences*, 1(1), 1823-1834. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/4723>
- Amrita, N. D. A., Suryawan, T. G. A. W. K., Idayanti, I. D. A. A. E., Putri, C. I. A. V. N., Suwastawa, I. P. A., Boari, Y., Daffa, F., dan Judijanto, L. (2024). *Green Marketing (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)*. Jambi, Indonesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arjunita, I., Lopian, S. L. H. V. J., dan Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh *Viral Marketing*, *Store Atmosphere*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 437-446. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2233210>
- Astutik, P. (2023). Pengaruh *Green Marketing*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier (Studi Kasus pada Konsumen Produk Garnier di Kota Grobongan). Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/5983/>
- Endrayana, J. P. M., dan Retnasari, D. (2021). Penerapan *sustainable fashion* dan *ethical fashion* dalam menghadapi dampak negatif *fast fashion*. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1), 1-5. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44683>

- Fauziah, M. N., dan 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), 1-15.
<https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3271>
- Fauzi, R. U. A., dan Permata, Z. I. D. (2023). *Analisis Keputusan Pembelian*. Banjar, Kalimantan Selatan, Indonesia: Ruang Karya Bersama.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi Kesepuluh. Semarang, Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro (Undip).
- Hardani., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., dan Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta, Indonesia: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hasniaty., Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., Pasaribu, J. S., Ma'sum, H., Gustini, L. K., Rengganawati, H., Anggoro, D., Rukmana, A. Y., dan Permana, A. A. (2023). *Social Media Marketing*. Padang, Indonesia: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hendra., Yanti, R., Nuvriasari, A., Harto, B., Puspitasari, K. A., Setiawan, Z., Susanto, D., Harsoyo, T. D., dan Syarif, R. (2023). *Green Marketing for Business (Konsep, Strategi dan Penerapan Pemasaran Hijau Perusahaan berbagai Sektor)*. Jambi, Indonesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hermawan, A., Hidayah, N., dan Utami, P. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, *Green Marketing*, dan *Experiential Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Konsumen Kopi Lawoek Temanggung). *Borobudur Management Review*, 3(1), 46-61.
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/bmar/article/view/8799>
- Ibrahim, R., Bumulo, S., dan Apajulu, S. (2024). Fenomena *Thrifting Fashion* di Era Milenial (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Thrifting Fashion* di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. *Sosiologi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 136-145.
<http://ejurnal.fis.ung.ac.id/index.php/sjppm/article/view/75>
- Katiandagho, N. J., dan Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser*, Harga, dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *TikTok Shop*. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 13-27.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3554095>

- Khotimah, K., dan Arifin, A. L. (2021). Pengaruh *Green Marketing* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Tupperware Tanjung Priok). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1747-1754.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2165367>
- Kirana, D. C., Diana, N., dan Rahmawati, R. (2024). Pengaruh *Green Marketing* dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Ramah Lingkungan AQUA di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis UNISMA Angkatan 2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 383-391.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23894>
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Edisi Kelima Belas. England: Pearson Education Limited.
- Laily, I. N. (2021). Tren *Thrift Shop* yang Membawa Dampak Positif Bagi Lingkungan. Retrieved from Katadata.co.id:
<https://katadata.co.id/berita/lifestyle/611e01f0031c2/tren-thrift-shop-yang-membawa-dampak-positif-bagi-lingkungan>
- Mahendra, M. I., dan Hakimah, E. N. (2023). Analisis *Brand Reputation* dan Strategi *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Thrifting* di Toko AG Second Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1240-1249.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3325>
- Mulyansyah, G. T., dan Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097-1103.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3495984>
- Nisita, L. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Word of Mouth*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Somethinc di Kota Surakarta. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
<https://eprints.iain-surakarta.ac.id/8378/>
- Pardamean, F., dan Sahir, S. H. (2023). Pengaruh *Green Marketing* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Keputusan Pembelian Lampu LED Philips. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 287-293.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3430889>

- Pasaribu, S. T. O. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Scarlett pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. Skripsi. Universitas HKBP Nommensen Medan.
<https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6784>
- Pertiwi, B. A. S., dan Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi *Green Marketing* dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376-1382.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3495966>
- Pratiwi, D. R. A., Saputra, H. T., dan Utama, H. H. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing*, *Viral Marketing*, dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 2566-2582.
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4782>
- Purwanto, N., Budiyanto., dan Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior*. Malang, Indonesia: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rachmad, Y. E., Setiawan, Z., Purwoko., Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., Munizu, M., dan Manaf, P. A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Studi Kasus)*. Jambi, Indonesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ratnoday, N., dan Rana, N. (2021). *The Impact of Green Marketing Practices on Consumer Buying Decision*. *The Corporate International*, 5(2), 113-128.
<https://management.eurekajournals.com/index.php/Corporate International/article/view/564/638>
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., dan Thahira, A. (2023). Pengaruh *Viral Marketing* dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian di platform TikTok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(2), 457-466.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3341939>
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., dan Agusti, A. W. (2022). Pengaruh *Viral Marketing*, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197-210.
<https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Salsabila, R., dan Wardhana, A. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Luxcrime (Studi pada Konsumen Luxcrime di Bandung). *JIIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3678-3689.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3473027>

- Sarwindaningrum, I. (2024). Kaum Milenial dan Gen Z Makin Gemari Pakaian Bekas. Retrieved from Kompas.id:
<https://www.kompas.id/baca/internasional/2024/01/29/milenial-dan-gen-z-makin-gemari-pakaian-bekas>
- Sartika, G. S. (2024). Pengaruh *Green Marketing*, dan *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts dan Coffee Cabang Maju Bersama Katamso Medan. Skripsi. Universitas Medan Area.
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/23890>
- Sembiring, T. Br., Irmawati., Sabir, M., dan Tcahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. Karawang, Indonesia: Saba Jaya Publisher.
- Septiani, A. C. (2024). Pengaruh *Viral Marketing*, dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc* (Studi Kasus pada Pengguna Skincare Somethinc di Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang). Skripsi. Universitas Medan Area.
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/23960>
- Sofia, M., Tan, F., Bachtiar, N., dan Putra, F. P. (2022). *The influence of venture capital on growth through innovation and the use of internet technology in micro and small industries (MSIs) in Indonesia*. *Economies*, 10(12), 292.
<https://doi.org/10.3390/economies10120292>
- Wakil, A., Cahyani, R. R., Harto, B., Latif, A. S., Hidayatullah, D., Simanjuntak, P., Rukmana, A. Y., dan Sihombing, F. A. H. (2022). Transformasi *Digital* dalam Dunia Bisnis. Padang, Indonesia: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Welsa, H., Cahyani, P. D., dan Meidyansyah, F. (2023). Pengaruh *Sosial Media Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel *Intervening*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026-1036.
<https://www.researchgate.net/publication/365115406>
- Widiyaningrum, E. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, Kepercayaan, *Fashion Lifestyle*, Harga Kompetitif, dan *Store Image* Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* di Toko Outfit.Bymee. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
<https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6489/>