

DAFTAR REFERENSI

- Alfredo Dwitama Soenawan, E. S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Bakery Graha Family Surabaya.
- Aprila, N. D. (2022). Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Sebagai Tinjauan Keputusan Pembelian Thrift Shop Online Instagram.
- Aswad, I. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian Thrifting Di Toko Thiftshop Sidoarjo. *Jurnal Cendekia Ilmiah* .
- Budiastari, S. (2018). pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan beton siap pakai holcim di jakarta. 92-94.
- Dewi, A. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* .
- Dwi Bella Fani Pratiwi, M. R. (n.d.). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Store Thriftermlg Di Kota Malang. *Riset Manajemen* .
- Mulyana, P. N. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.
- Nurdin, M. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting di Instagram pada Masyarakat Surabaya.

S.F, A. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Perfoma* .

Triyono, A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. 109.

Yanti, M. A. (n.d.). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITASPELANGGAN PRODUK KILAT KHUSUS MITRA KORPORAT KANTOR POSPURWOKERTO. 72.

