

DAFTAR PUSTAKA

- Agnesvy, F., & Iqbal, M. (2022). Penggunaan Trend Fashion Thrift sebagai Konsep Diri pada Remaja di Kota Bandung. *Avant Garde*.
- Ananda Rustam, T., & Tiffany. (2023). Pengaruh Persepsi dan Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Brani Lintas Samudera. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 216–230.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN* (M. A. Wardana, Ed.). Intelektual Manifes Media .
- Gayatri, D. R., & Ramadhani, N. L. (2024). EKSPLORASI BUSANA WANITA READY TO WEAR DENGAN SUMBER IDE RUMAH ADAT JEPARA. *JURNAL DEFA*, 1(1).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10(10 ed.)* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, G. C. (2019). PERBEDAAN PENGGUNAAN INTERNET, MEDIA SOSIAL, DAN PERSEPSI PADA DUNIA KERJA MENURUT TAHUN KELAHIRAN GENERASI Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGJAKARTA*.
- Kadek, N., & Diantari, Y. (2021). *Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar)*. 1.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education.
- Mardiyana, & Hidayat, R. (2024). PENGARUH WORK LIFE BALANCE DAN LINGKUNGAN KERJA NON FISIK TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT YAMAHA MUSIC MANUFACTURING INDONESIA. *Scientific Journal of Reflection*, 7(4).
- Mulyarahman, M. K. (2023). *MINAT BELI GENERASI Z TERHADAP FASHION DI E-COMMERCE*.
- Nangtjik, B., Kumbara, A. A., & Wiasti, N. M. (2023). *TREN FASHION PADA KALANGAN GENERASI-Z DI KOTA DENPASAR*.
- Pramita, A. (2008). *HARAPAN (HOPE) PADA REMAJA PENYANDANG THALASSAMEIA MAYOR*. <https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/old7/122361-155.5%20PRA%20h%20-%20Harapan%20Pada%20-%20HA.pdf>
- Putra, Diga. P. (2014). *PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK-PRODUK LOKAL YANG MENGGUNAKAN MEREK ASING (Studi Kasus pada Sepatu Merek Buccheri dan Televisi Merek Polytron di Kota Bengkulu)*.
- Sri Wahyuni, I., Yusuf, H., & Zaid, S. (2022). Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK. In *JMK* (Vol. 14, Issue 1). <http://ojs.uho.ac.id/index.php/manajemen>

- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11687>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2)*. Alfabeta. <https://online.anyflip.com/xobw/rfpq/mobile/index.html>
- Wening, S., Diah, P., & Kusumadewi, A. (2023). *TREN BERKAIN GENERASI Z: PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF BIDANG BUSANA*. <https://www.kompasiana.com/sherlypermatasari/>
- Williams, C. R., & Butler, S. K. (2010). *A new retention variable: Hope and first-generation college students*.

