

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. I. (2001). *Galaksi Simulacra: Esai-esai Jean Baudrillard* (1st ed.). LKiS.
- Baudrillard, J. (1970). *Masyarakat Konsumsi* (H. Sumrahadi, Abdullah & Purwanto (ed.); 1st ed.). Kreasi Wacana Offset.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. University Of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Pers Politik.
- Creswell John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan* (S. Z. Qudsy (ed.); Edisi ke 3). Pustaka Pelajar.
- Dila Putri Fatharani, & Dian Widya Putri. (2023). Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 19–24. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i1.1757>
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291. <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Leli, H., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Y. Novita (ed.); 1st ed.). PT GlobalL Eksekutif Teknologi.
- Ghilmansyah, R. (2021). *Fenomena thrifting sebagai gaya hidup milenial bogor*. 8(April 2022), 1–16.
- Hardani et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Abadi Husnu (ed.); cetakan I). CV Pustaka Abadi.
- Hikmawan, M. D., & Azwar, A. F. A. (2020). Fashion Branding Dalam Narasi Simulacra dan Simulasi (Penggunaan Brand “Nike” dalam Menentukan Status Sosial di Masyarakat). *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7768>
- Islam, E. S., & Rifai. (2024). *Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu)*. 17(2), 425–437.
- Laila, V. A. (2024). *Dampak Gaya Hidup Thrifting Dalam Perilaku Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro*. 15(1).

- Lury, C. (1998). *Budaya Konsumen (H.T. Champion, Terjemahan)* (1st ed.). Yayasan Obor Indonesia.
- Maslatun Nisak, & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam trend fashion (studi kasus mahasiswa jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Moleong, L. J. (1989). *Metode Penelitian Kualitatif* (T. Surjaman (ed.)). Remadja Karya CV.
- Nadhila, S., Muzhirah, M., Sajali, H., & Andinata, M. (2023). Eksistensi Diri Remaja Dalam Penggunaan Pakaian Bekas (Studi Kasus Pada Konsumen Thrifting Pajak Melati Medan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 2436–2446.
- Nur Sella, N., & Banowo, E. (2023). Eksistensi Anak Muda Pada Fenomena Trend Thrifting Dalam Pembentukan Identitas Sosial. *BroadComm*, 5(1), 87–96. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i1.253>
- Nuraini, R. D., Fadly, W., & Prahara, E. Y. (2022). Proceeding of Integrative Science Education Seminar Formulasi Media Pembelajaran untuk Peserta Didik. *PISCES: Proceeding of Integrative Science Education Seminar*, 2(April 2011), 293–299.
- Nurman, B. (2024). *Menelisik Pasar Tradisional Panorama: Pasar Serba Ada, Geliat Transaksi "Tak Pernah Berhenti"*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/buyungnurman1980/66e81d14c925c410040abd02/menelisik-pasar-tradisional-panorama-pasar-serba-ada-geliat-transaksi-tak-pernah-berhenti>
- Olena, K., & Sciences, P. (2022). *Fenomena Masyarakat Konsumen : Nilai dan Budaya*. 1(2), 34–39.
- Piliang, Y. A. (1999). *Hiper Realitas Kebudayaan* (1st ed.). LKiS.
- Priatana, I. A., & Supiandi, G. (2021). Analisa Potensi Bersaing Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 191–197. <http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Resdawati, & Hidayah, S. (2024). Mengkonsumsi Simbol Ala Thirfting di Kota Banjarmasin. *Huma : Jurnal Sosiologi Huma : Jurnal Sosiologi*, 3, 156–167.
- Ritzer George. (2018). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* (2nd ed.). PT Rajagrafindo Perseda.
- Ritzer Goerge. (2003). *Teori Sosial Postmodern* (1st ed.). Kreasi Wacana.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (H. Upu (ed.); pertama). Pustaka Ramadhan.

- Savryaninda, R. H., & Adiprabowo, V. D. (2024). Thrifting Consumer Communication Experience in Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(06), 1307–1317. <https://doi.org/10.59141/jiss.v5i06.1138>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Siagian, M., & Yuniati. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Import, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrifting Di Batam. *Dan Lifestyle Terhadap Keputusan.... SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 215–225.
- Sifa, M. A. (2024). *Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Era E - Commerce : Studi Kasus tentang Belanja Online dalam*. 6(1), 274–286.
- Soenaryo, T. F., Bakti, M. I. P., Gleetus, A., & Yanto, H. D. (2024). Budaya Thrifting dalam Membentuk Daya Konsumsi Remaja. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 324–335. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.765>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Wardhana, A. (2021). *Brand Manajement In The Digital Era- Edisi Indonesia* (M. Perdana (ed.); 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Yundarini, D. A. S., Punia, I. N., & Mahadewi, N. M. A. S. (2023). Perilaku konsumtif thrifting online mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas udayana pada media instagram. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 3(1), 1–13.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Nama :

Waktu wawancara :

Status :

Pertanyaan :

1. Apakah anda suka ngethrift pakaian yang bermerek?
2. Merek apa saja yang biasanya anda beli pada saat melakukan praktik thrifting?
3. Apa yang menjadi alasan anda melakukan ngethrift dan mencari pakaian yang bermerek?
4. Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan pakaian bermerek tapi hasil dari *thrifed*?
5. Apakah kegiatan *thrifting* telah menjadi gaya dalam menunjang kebutuhan fashion?
6. Apa makna barang *branded thrifting* menurut anda?

Lampiran 2 : Dokumentasi Foto Penelitian



Foto suasana Pasar *Thirfting* Panorama



Foto kondisi Pasar *Thirfting* Panorama



Foto pembeli mencari pakaian bermerek



Foto pada saat pedagang baru membuka ball