

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, B., Supriatno, M., Ripjan, M., Nursita, S. F., Diviana, M. R., & Fauzi, A. R. (2023). Fenomena Fashion Thrift Dikalangan Mahasiswa Fisipkom Unida Sebagai Bentuk Mengekspresikan Diri. *Karimah Tauhid*, 2(1), 100–110.
- Andina. A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop. *Syntax Idea*, 8(1). 39-49.
- Annur, M. F., & Hermansyah. (2020). Analisis Kesulitan Mahasiswa Pendidikan Matematika Dalam Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 11(2), 195–201. DOI: <https://doi.org/10.31764>
- Astuti, E. N. K. dan B. (2013). Analisis Pengaruh Komponen Pembentuk Ekuitas Merek terhadap Minat Beli. Isbn: 978=979-636-147-2, 458–466.
- Atmadji, E. (2004). Analisis Impor Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 33–46.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021 Tumbuh 5,02 Persen*. Diakses pada tanggal 25 Maret 2023 dari www.bps.go.id
- Case, K.E. & Fair, R.C. (2012) Prinsip-Prinsip Ekonomi. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa Wibi Hardani dan Devri Barnadi. Jakarta: Erlangga.
- Dinah, M. (2020). *Identitas Masyarakat Urban Hypethrift Di Kota Surabaya*. *Jurnal Komuniaksi* 11(2).
- Ekonomi, J., & Borobudur, U. (2013). *Pengaruh Produk Produk Impor Cina Terhadap Kinerja Perdagangan Indonesia Dengan Cina Oleh : Elmiwati (Dosen Magister Manajemen Universitas Borobudur, Jakarta)*. 15, 416–418.
- Esteban-Santos, L., Medina, I. G., Carey, L., & Bellido-Pérez, E. (2018). *Fashion bloggers: communication tools for the fashion industry*. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16 (3).
- Evelyn, S. (2014). ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK FASHION LOKAL DAN IMPOR. *Jurnal Economia*, 1, 38-46.

- Fitira, A. K. (2020). *Minat beli konsumen pada produk milagros di Kota Palangka Raya*. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2698/>
- Fitira, A. K. (2020). *Minat beli konsumen pada produk milagros di Kota Palangka Raya*. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2698/>
- Galvin, R. (2015). "How many interviews are enough? Do qualitative interviews in building energy consumption research produce reliable knowledge?" *Journal of Building Engineering*, Vol. 1, 2-12.
- Gay, P. d., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997) *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman (Culture, Media and Identities series)*. London: Sage Publications.
- Hadi, S. (2010). *PEMERIKSAAN KEABSAHAN*. 21–22.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hendrayani. (2019). Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen di Planet Surf Mall Panakukang Makassar. *Jurnal Economix*, 7(1), 37–48.
- Hidayati, TA., Suharyono, dan D. Fanani. 2013. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 2, no. 1, halaman 1-10.
- Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). *PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA*. 10(01), 53–62.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>

- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism. 5 thedition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks
- Monavia, A.R. (2023, Januari 16). Impor Indonesia Catat Rekor US\$237,52 Miliar Sepanjang 2022. Diakses pada tanggal 25 April 2023 dari <https://dataindonesia.id>
- Muhammad Fakhru Rizky NST, H. Y. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Ardy Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen*.
- Ngatikoh, S., & Isti'anah. (2020). Pengaruh Ekspor Impor Bagi Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(2), 97–110.
- Purwanti, E. S., Arsinta, Y., Frida, N., Arisanti, D., Azizah, I. N., & Artikel, I. (2014). Dampak Impor Terhadap Inflasi Indonesia Triwulan I Tahun 2014. *Economics Development Analysis Journal*, 3(2), 381–392.
- Pustaka Bani Quraisy.
- Rachman, F., Ginting, R., & Amir, H. (2015). *Pengaruh Stimulus Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Bli Produk Baru*. 12(11), 27–34.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02),
- Salvatore, D. (2016) *International Economic* 12th Edition. New Jersey: Wiley.
- Setiawan, E. (2014). Analisis Sikap Konsumen terhadap Produk Fashion Lokal dan Impor. *Jurnal Economica*, 10(1), 38–47. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/4093>
- Shahnaz N, Wahyono W. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).

- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sukirno, S. (2004). *Pengantar Teori Makro Ekonom*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Susmiyanti, A. N. I., Psikologi, F., Negeri, U. I., Syarif, S., & Riau, K. (2020). *Disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi*.
- Surya, Moh. (2004). *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*. Bandung:
- Syaiful, I. A., & Sari, A. V. K. (2017). Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Bertransaksi di Media Sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(1), 95. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v1i1.904>
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, P. S. M., & Teguh, C. (2012). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Di Online Shop Specialis Guess. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 147. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2012.72.79>
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>