

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, M. Y., Fannigidae, R. E., Dhae, Y. K. I. D. ., & Fanggidae, A. H. J. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Bekas di Pasar Inpres Naikoten 1 Kota Kupang (Studi Pada Mahasiswa/i Universitas Nusa Cendana) The Influence of Consumer Behavior and Consumer Perceptions on Purc. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 335–347.
- Aprianto, D., Mewoh, L., & Prasetyo, R. (2024). Pengaruh penggunaan TikTok Shop terhadap perilaku konsumsi generasi muda di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 112–125
- Azizah, N. I., Arum, R. P., & Wasono, R. (2021). Model Terbaik Uji Multikolinearitas Untuk Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Flinsia Debora Wurangian, F., & Engka dan Jacline. (2018). Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost Di Kota Manado. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 75–76.
- Guiot, D., & Roux, D. 2010. A second-hand shoppers' motivation scale: Antecedents, consequences, and implications for retailers. *Journal of Retailing*, 86(4), 383–399
- Galante Amaral, J. H., & Spers, E. E. (2022). Brazilian consumer perceptions towards second-hand clothes regarding Covid-19. *Cleaner and Responsible Consumption*, 5(July 2021). <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2022.100058>
- Habibullah, W., Yulianti, O., & Hanila, S. (2025). *Pengaruh Live Streaming , Harga Dan Promosi Tiktok Shop Terhadap Minat Beli Konsumen Preloved Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu*. 4(1), 87–98.
- Homepage, J., Pembelian Pakaian Branded Preloved, K., Al Sukri, S., Ekonomi dan Ilmu Sosial, F., & Suska Riau, U. (2024). IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management Pengaruh Brand Image, Fashion Lifestyle dan Persepsi Harga terhadap The Influence of Brand Image, Fashion Lifestyle, and Price Perception on the Purchase Decision of Branded Preloved Clothing. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 3, 44–52.
- Julia, S. R., Zunaedi, R. A., & Putra, P. S. (2024). Analisis persepsi Generasi Z terhadap pembelian pakaian bekas pada sosial media di Indonesia. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 157–174. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.938>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges

and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education

Manullang, Y. V., Sinulingga, M. A., Arfah, Y., Arifin, I. W., Carousell, B., & Indeks, R. (2025). Pengaruh persepsi kualitas dan persepsi harga terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas pelanggan pakaian preloved online. *Edunomika*, 09(02), 1–19.

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press

Ramadhan, D., Steffany, C., Ahmad, R., & Zanah, R. S. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 5(1), 11–17. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v5i1.823>

Rizkila, M., Sosianika, A., & Gunawan, A. I. (2021). Shopping Lifestyle Generasi Millennial dalam Trend Preloved Fashion. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 4–5.

Robot, R. S., Soegoto, A. S., & Poluan, J. G. (2024). Pengaruh live streaming dan lifestyle terhadap minat beli pakaian bekas di Stray Store Manado. *Jurnal EMBA*, 12(4), 324–334.

Rosyd, A. (2018). *Asset Growth, Probability, Company Value*. 13(1), 107–129.

Shao, Y., & Huang, S. (Sam). (2025). Live streaming in hospitality and tourism: a hybrid systematic review and way forward. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(6), 1924–1943. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2024-0295>

Syafitri, I., & Yulianto, K. (2021). Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 2(1), 31–44. <https://doi.org/10.33376/ic.v2i1.544>

Song, Y., & Liu, Y. 2021. TikTok Live and social commerce engagement.

Sugiyono. 2020. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Vivi Juli Pratiwi, Furqon Efendi, Muchammad Fariz, Khairani Zikrinawati, & Zulfa Fahmy. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(2), 24–33.

<https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i2.1839>

Xu, X., Chen, X., & Santhanam, R. 2020. Will video be the next generation of e-commerce product reviews? *Decision Support Systems*, 128, 113–160.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0177/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	Apolonia Jafrisma
NIM	:	31122003
Fakultas/Prodi	:	Ekonomika dan Bisnis/Ekonomi Pembangunan
Dosen Pembimbing	:	1. Adrianus Ketmoen, SE,MM 2. maria Imakulata Pongge, SE, M.Ec.Dev
Judul Skripsi	:	ANALISIS PENGARUH LIVE TIKTOK PRODUK PAKAIAN PRELOVED TERHADAP POLA KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **23% (Dua Puluh Tiga) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 21 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,

Damianus Dami, S.Ptk.