

## Perancangan *Website Preloved*

Rani Indah Sari <sup>1\*</sup>, Yesy Simanjuntak <sup>2</sup>, Debi Yandra Niska <sup>3</sup>

<sup>1\*,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

*Email:* rani.4233550011@mhs.unimed.ac.id <sup>1\*</sup>, yesysmjtk.4233550045@mhs.unimed.ac.id <sup>2</sup>, debiyandraniska@unimed.ac.id <sup>3</sup>

### Histori Artikel:

*Dikirim* 10 Desember 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Desember 2024; *Diterima* 5 Januari 2025; *Diterbitkan* 10 Januari 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

### Abstrak

Munculnya tren untuk membeli barang preloved sebagai alternatif murah untuk memenuhi kebutuhan, khususnya di kalangan mahasiswa dan anak-anak, didorong oleh gaya hidup berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat aplikasi berbasis web yang mudah, aman, dan hemat biaya untuk mengelola dan membeli barang bekas. Untuk mendukung perancangan aplikasi, metode pengumpulan data digunakan melalui observasi platform sejenis dan penelitian literatur. Fitur-fitur ini termasuk kemampuan penjual untuk mengunggah barang, kemampuan pembeli untuk mencari dan membeli barang, dan sistem ulasan dan rating. Untuk memastikan proses transaksi berjalan lancar dan terorganisir, rancangan basis data dirancang. Aplikasi ini tidak hanya memberikan solusi praktis untuk pengguna, tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan limbah industri fashion, mendukung gaya hidup modern.

**Kata Kunci:** Preloved; Aplikasi Berbasis Website; Gaya Hidup Berkelanjutan; Barang Bekas; Platform Digital.

### Abstract

The emergence of the trend to purchase preloved items as a cost-effective alternative to meet needs, particularly among students and young people, is driven by a sustainable lifestyle. The aim of this study is to develop a web based application that is easy to use, secure, and cost-efficient for managing and purchasing second-hand goods. To support the application design, data collection methods were employed through observations of similar platforms and literature reviews. These features include the ability for sellers to upload items, for buyers to search and purchase goods, and a review and rating system. To ensure that transaction processes run smoothly and are well-organized, a database design was developed. This application not only provides practical solutions for users but also contributes to reducing waste from the fashion industry, supporting a modern lifestyle.

**Keyword:** Preloved; Web-Based Application; Sustainable Lifestyle; Secondhand Goods; Digital Platform.

## 1. Pendahuluan

Barang *preloved* adalah barang bekas pakai yang sebelumnya dimiliki atau digunakan oleh seseorang, tetapi masih berada dalam kondisi layak pakai dan memiliki nilai guna. Barang-barang ini bisa mencakup berbagai kategori seperti pakaian, sepatu, aksesoris, furnitur, elektronik, hingga buku. Istilah *preloved* lebih sering digunakan untuk menggambarkan barang bekas yang menunjukkan bahwa barang tersebut dirawat dengan baik oleh pemilik yang kemudian barang tersebut dapat dijual dan dibeli oleh orang lain dengan harga yang relatif terjangkau atau murah (Ariani *et al.*, 2024). Barang bekas pada zaman dahulu hanya dijual di beberapa pasar tertentu, yang mungkin tidak nyaman bagi sebagian orang. Beberapa barang dengan merek terkenal sangat mahal dan hanya dapat dibeli oleh orang kaya. *Preloved* berasal dari kebiasaan orang untuk membeli barang bekas, seperti pakaian, sepatu, dan jaket, yang biasanya berasal dari negara-negara besar seperti Amerika Serikat, Prancis, dan Inggris. Negara-negara tersebut menjadi pemasok barang *preloved* karena emisi karbon yang tinggi akibat limbah industri yang berkembang pesat, terutama dari industri mode. Oleh karena itu, konsep penggunaan kembali merupakan salah satu cara ramah lingkungan untuk mengurangi sampah industri yang masih layak pakai. Setelah melihat keadaan tersebut, kesadaran lingkungan menjadi budaya baru dalam masyarakat (Fubani *et al.*, 2023). Seiring perkembangan zaman, model pakaian semakin bervariasi. Minat seseorang terhadap gaya hidup juga tidak terlepas dari tren *fashion* yang sedang berkembang. *Fashion lifestyle* adalah perilaku atau gaya hidup seseorang yang terdiri dari sikap, opini, dan ketertarikan terhadap *fashion*. Gaya hidup ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk *fashion*. Hal ini juga dipengaruhi oleh peran media yang semakin besar dalam menyebarkan *fashion* dan gaya hidup. Remaja semakin dituntut untuk mengikuti tren mode agar tidak dianggap ketinggalan zaman (Fadhilah, 2024).

*Fashion* kini juga mengalami pergeseran manfaat. Dahulu pakaian digunakan sesuai kegunaannya untuk menutupi tubuh, menghangatkan tubuh ketika dingin, atau memberi kenyamanan saat udara panas. Selain itu, pakaian juga merupakan ekspresi identitas pribadi. Namun, banyak masyarakat kini memakai pakaian berdasarkan merek dagang tertentu agar terlihat lebih dihargai di mata orang lain. Padahal, pakaian seharusnya menjadi salah satu bentuk kebutuhan primer bagi manusia (Hafizha & Faisal, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa *fashion lifestyle* memiliki peran penting dalam keputusan pembelian pakaian *preloved* di kalangan konsumen yang peduli dengan gaya hidup dan citra diri mereka. Barang-barang *preloved* kini menjadi alternatif populer bagi masyarakat karena harganya yang lebih terjangkau dibandingkan barang baru, namun tetap layak untuk digunakan kembali. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas, harga, dan reputasi produk di masyarakat (Hasan *et al.*, 2022). Minat untuk membeli pakaian bekas semakin berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengurangi konsumsi barang baru yang berdampak pada lingkungan. Hal ini mendorong individu untuk mencari berbagai cara dalam memenuhi kebutuhan *fashion* dengan lebih ekonomis dan berkelanjutan.

Selain belanja di *mall*, *distro*, dan *online shop* yang menyediakan produk baru, banyak orang kini beralih ke alternatif lain seperti mendesain pakaian sendiri atau melakukan *preloved* (berbelanja barang bekas) yang semakin populer. *Preloved* memungkinkan konsumen untuk menemukan pakaian unik dan berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau, sekaligus mendukung upaya pelestarian lingkungan melalui pemanfaatan kembali barang-barang yang masih layak pakai (Julia *et al.*, 2024). Dengan berbagai pilihan ini, masyarakat memiliki peluang untuk mengekspresikan gaya *fashion* mereka. Di era modern, kebutuhan akan gaya hidup yang praktis dan cepat sangat melekat dengan masyarakat. Platform digital memungkinkan pengguna untuk mengakses pasar barang *preloved* kapan saja dan di mana saja, sehingga mempermudah transaksi *preloved* yang semakin mengandalkan teknologi. Berkembangnya teknologi dan internet membuat konsumen lebih nyaman berbelanja *online*. Konsumen dapat melakukan transaksi tanpa harus ke toko secara langsung, sehingga dapat memilih, memesan, membeli, dan bertransaksi kapan saja selama 24 jam (Kariima *et al.*, 2023). Namun, berbelanja *online* juga memiliki kelemahan, salah satunya adalah risiko penipuan. Agar tidak tertipu, konsumen perlu memperhatikan platform *e-commerce* yang digunakan untuk berbelanja, memeriksa

ulasan dan *rating* toko, serta memilih metode pembayaran yang aman. Ulasan dan *rating* toko menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen baru. Dengan mempelajari toko terlebih dahulu dan memilih metode pembayaran yang aman, konsumen dapat memiliki pengalaman berbelanja yang lebih percaya diri dan memuaskan. Kepercayaan yang terbangun melalui ulasan dan *rating* toko mendukung pembentukan platform *e-commerce* yang lebih andal dan aman (Kamalia & Sukri, 2024).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi *preloved* berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk mengelola barang bekas layak pakai dengan cara yang lebih efisien dan hemat biaya. Aplikasi ini tidak hanya membantu pengguna membeli barang dengan harga yang lebih terjangkau, tetapi juga memberikan kemudahan bagi mereka dalam menjual barang bekas. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya gaya hidup berkelanjutan melalui penggunaan barang bekas dan pengembangan platform digital yang memberikan manfaat nyata. Dengan demikian, aplikasi ini diharapkan menciptakan ekosistem yang mendukung pengurangan limbah dan konsumsi yang lebih bijak dalam konteks sosial dan lingkungan.

### 2.1 Pengumpulan Data

#### 1) Observasi

Observasi dilakukan secara langsung terhadap platform atau aplikasi serupa seperti *e-commerce preloved* dan *thrift shop online* untuk memahami fitur, kelebihan, dan kekurangan yang ada. Fokus observasi meliputi fungsi unggah produk oleh penjual, kemampuan pencarian produk oleh pembeli, sistem ulasan dan *rating*, serta mekanisme transaksi yang digunakan. Data ini digunakan sebagai acuan untuk merancang fitur aplikasi yang lebih optimal sesuai dengan kebutuhan pengguna.

#### 2) Studi Dokumen

Data dikumpulkan dari jurnal, artikel, dan laporan penelitian sebelumnya yang relevan dengan barang *preloved*, *thrifting*, atau platform digital. Studi ini bertujuan untuk memahami tren gaya hidup berkelanjutan, tantangan dalam pengelolaan platform *preloved*, serta teknologi yang dapat diterapkan. Informasi yang diperoleh melalui studi dokumen menjadi dasar untuk menentukan pendekatan desain dan pengembangan sistem yang sesuai dalam aplikasi ini.

Data yang diperoleh melalui observasi dan studi dokumen digunakan sebagai landasan dalam perancangan aplikasi. Proses pengembangan aplikasi ini mengikuti pendekatan sistematis yang mencakup perancangan prototipe, pengembangan fitur utama, dan pengujian untuk memastikan bahwa aplikasi memenuhi kebutuhan pengguna.

### 2.2 Teknologi yang Digunakan

Pengembangan aplikasi *preloved* berbasis web ini memanfaatkan berbagai teknologi untuk memastikan sistem berjalan secara efisien, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Teknologi utama yang digunakan meliputi:

#### 1) Bahasa Pemrograman

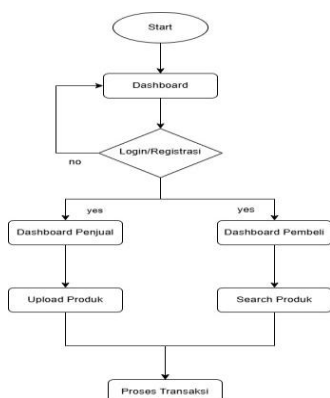
Aplikasi ini dibangun menggunakan *HTML*, *CSS*, dan *JavaScript* untuk pengembangan antarmuka pengguna (*frontend*), serta *PHP* atau *Python* untuk pengelolaan logika sisi server (*backend*).

#### 2) Manajemen Basis Data

Sistem basis data menggunakan *MySQL* untuk menyimpan informasi pengguna, produk, transaksi, dan ulasan secara terstruktur. Desain basis data dirancang untuk menjaga integritas data serta mendukung hubungan antar entitas seperti pengguna, produk, dan pesanan.

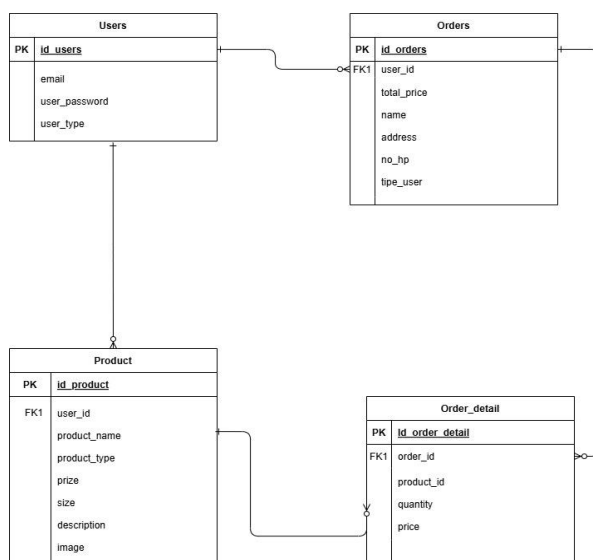
### 2.3 Perancangan *Flowchart* dan Antarmuka Pengguna

Diagram alur (*flowchart*) adalah representasi visual dari proses yang terjadi dalam sistem guna membantu memahami langkah-langkah kerja sistem secara lebih jelas dan sistematis. *Flowchart* sistem dirancang untuk menggambarkan alur kerja utama aplikasi, seperti proses *login*, *upload* produk oleh penjual, pencarian produk oleh pembeli, serta proses transaksi hingga penyelesaian perhatikan gambar berikut.



Gambar 1. Model Proses Penelitian

Gambar 1 menjelaskan alur, dimana dashboard bisa diakses atau dilihat tampilan halamannya tanpa pengguna harus login terlebih dahulu. Di dalam *login/registrasi* pengguna mendaftarkan dengan mengisi data pribadi, membuat akun jika belum ada, lalu akan masuk ke tampilan halaman atau *dashboard*. Dalam *dashboard* penjual ini penjual bisa mengupload produk yang akan mereka jual atau promosikan dan di dalam *dashboard* pembeli, dapat melihat produk yang telah di *upload* oleh penjual serta melakukan transaksi.



Gambar 2. Diagram ERD

### 2.4 Perancangan Basis Data

Rancangan basis data dirancang untuk memenuhi kebutuhan sistem secara optimal, mempermudah alur operasional, dan menjaga struktur data yang terorganisir sesuai dengan peran dan fungsi masing-masing entitas. Desain basis data ini juga bertujuan untuk memastikan integritas data tetap terjaga melalui hubungan yang dirancang secara sistematis antar entitas utama.

Adapun relasi antar entitas dalam basis data adalah sebagai berikut:

- 1) Users ↔ Orders  
Menggambarkan bahwa seorang pengguna dapat membuat banyak pesanan.
- 2) Orders ↔ Order Detail  
Menunjukkan bahwa satu pesanan dapat memiliki banyak detail produk.
- 3) Products ↔ Order Detail  
Menggambarkan bahwa satu produk dapat dipesan dalam banyak pesanan.
- 4) Users ↔ Products  
Menunjukkan bahwa setiap produk hanya dapat dimiliki oleh satu pengguna.

Desain ini memastikan bahwa sistem dapat berjalan secara efisien, menjaga hubungan antar data dengan baik, dan mendukung kebutuhan transaksi dalam aplikasi berbasis web secara optimal.

### 3. Hasil dan Pembahasan

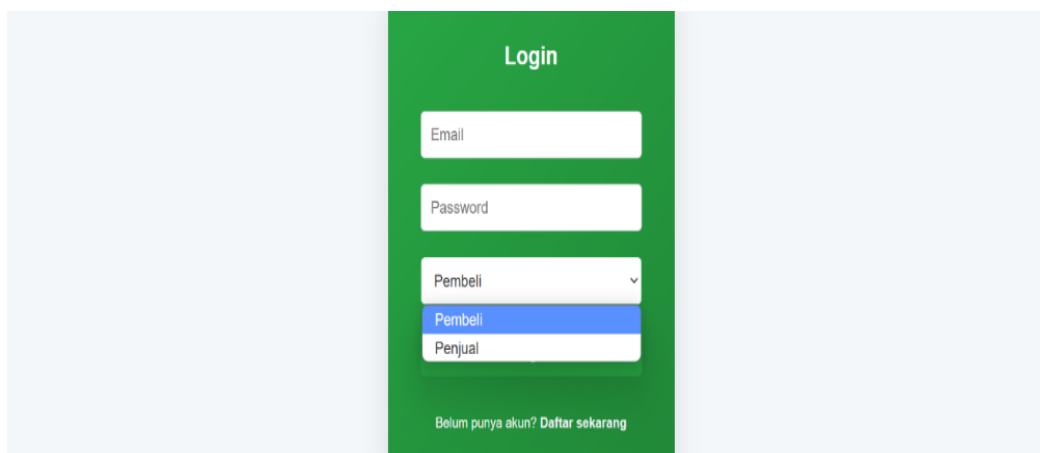
#### 3.1 Hasil

##### 3.1.1 Pengembangan Aplikasi

Pengembangan aplikasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan menyediakan kemudahan akses dalam membeli barang dengan harga yang terjangkau. Selain itu, aplikasi ini juga bertujuan menciptakan sebuah *platform* digital yang praktis, efisien, dan memberikan manfaat nyata bagi pengguna, baik sebagai penjual maupun pembeli. Fokus utama pengembangan adalah memastikan bahwa setiap fitur dalam aplikasi dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta mendukung transaksi yang aman, cepat, dan andal.

##### 1) *Login*

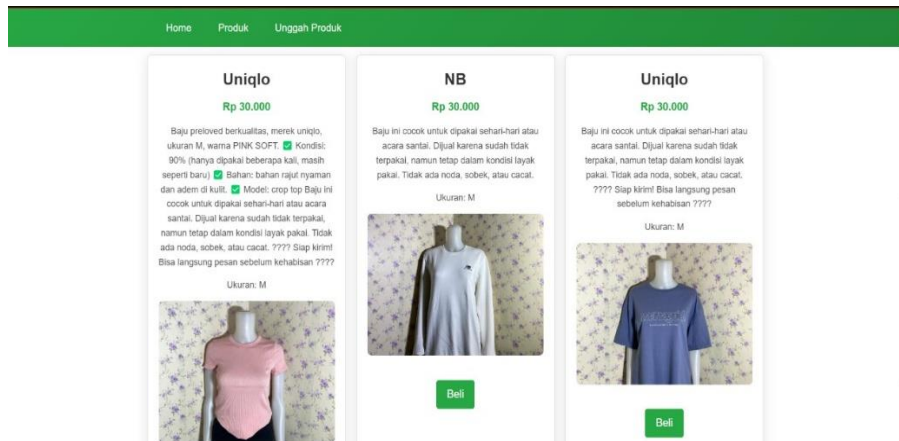
Pada tampilan halaman ini pengguna bisa *login* sebagai Pembeli dan Penjual sesuai akun yang sudah terdaftar.



Gambar 3. Tampilan *login*

##### 2) Tampilan Produk

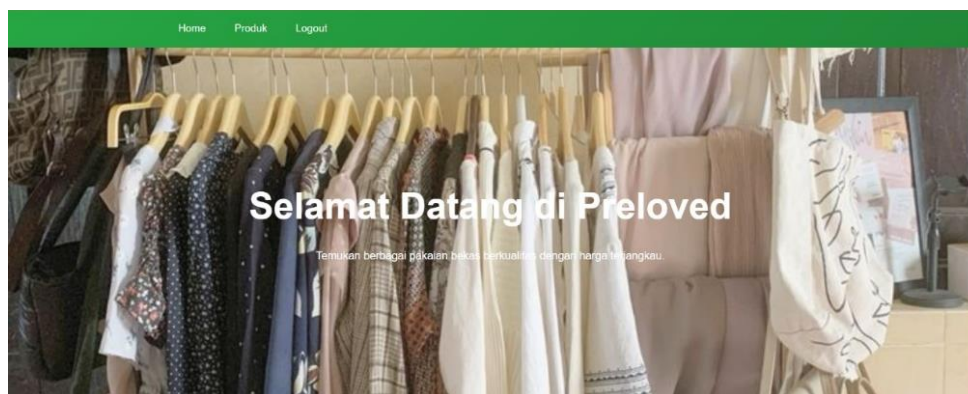
Tampilan halaman ini memuat produk yang telah di *upload* oleh penjual dan bisa di akses oleh pembeli.



Gambar 4. Tampilan produk

3) *Dashboard*

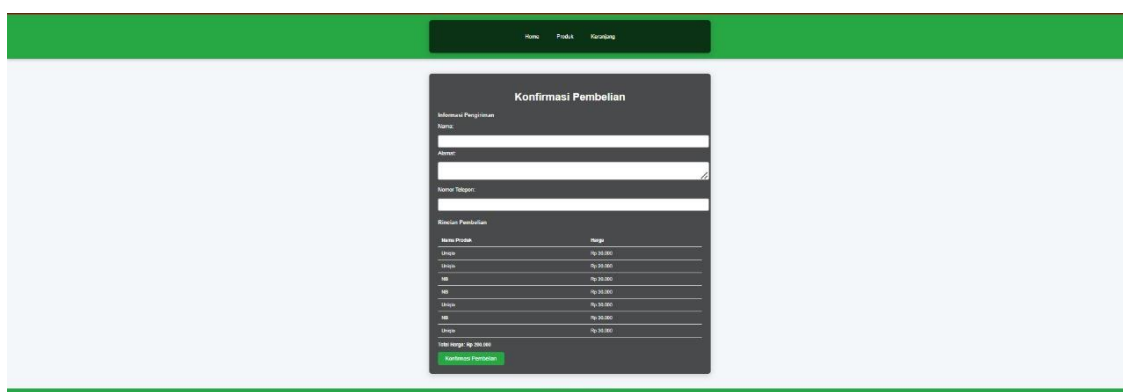
Pada tampilan halaman ini terdapat fitur *home*, produk, dan juga *logout*.



Gambar 5. Tampilan *dashboard* pembeli

4) Tampilan Pembelian

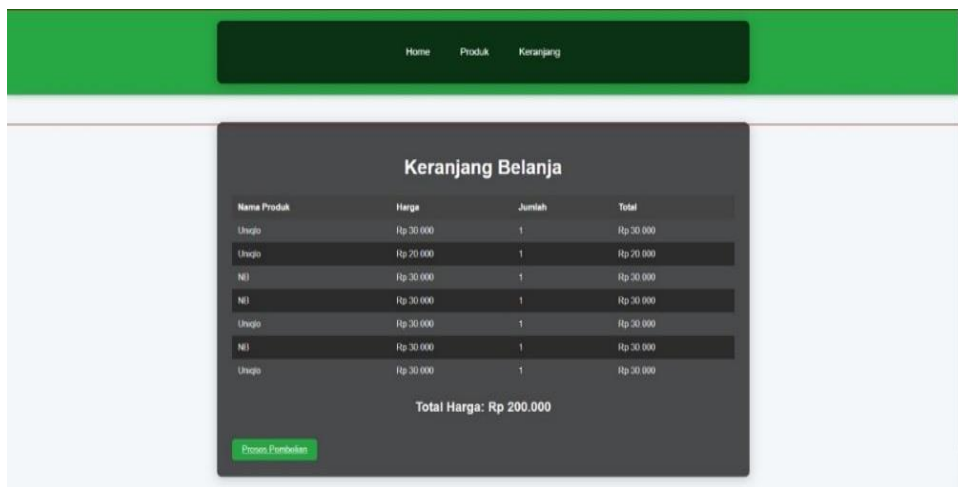
Pada halaman ini akan menampilkan pengisian data jika ingin membeli.



Gambar 6. Tampilan pembelian

5) Tampilan Keranjang

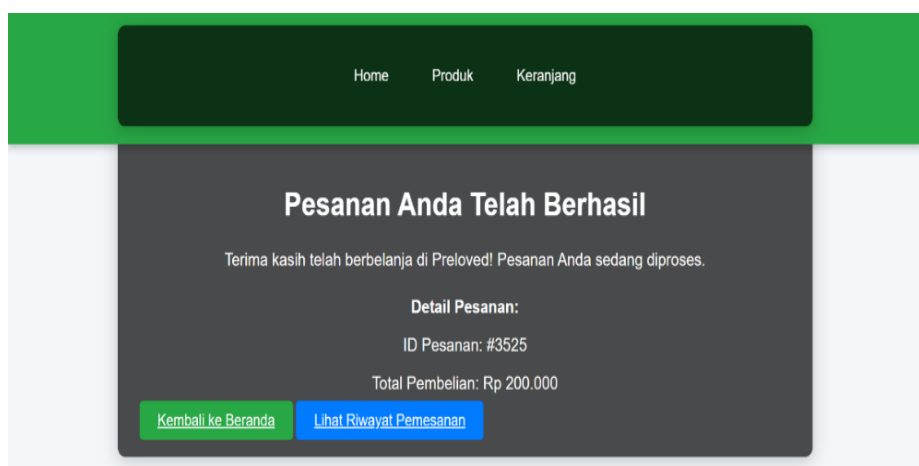
Pada halaman ini terdapat total harga dan juga jumlah barang yang dipesan.



Gambar 7. Tampilan keranjang

6) Tampilan Transaksi

Dalam tampilan halaman ini akan memberitahukan jika pesanan berhasil.



Gambar 8. Tampilan transaksi

3.1.2 Pengujian Sistem

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh fitur pada aplikasi *preloved* berbasis web berfungsi sesuai dengan rancangan dan spesifikasi yang telah ditetapkan. Pengujian ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu fungsionalitas, kemudahan penggunaan, dan keandalan sistem. Aspek fungsionalitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap fitur, seperti *login*, unggah produk, pencarian produk, hingga proses transaksi, dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Selanjutnya, pengujian kemudahan penggunaan dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana pengguna dapat berinteraksi dengan antarmuka aplikasi dengan mudah, tanpa menemui kendala yang signifikan. Selain itu, aspek keandalan sistem dievaluasi untuk menjamin bahwa aplikasi mampu mendukung proses transaksi barang *preloved* secara stabil dan konsisten, tanpa gangguan teknis. Hasil dari pengujian ini dirangkum dalam tabel 1, yang mencakup deskripsi fungsi setiap fitur, metode pengujian yang digunakan, serta evaluasi keberhasilannya berdasarkan hasil uji coba.

Tabel 1. Hasil Pengujian Fitur-Fitur

No	Fitur	Fungsi	Hasil Pengujian
1.	Login/Registrasi	Membantu pengguna untuk membuat akun atau masuk ke dalam aplikasi sebagai pembeli atau penjual.	Berhasil: Pengguna dapat login dan registrasi dengan data valid, dan sistem menolak data yang tidak valid.
2.	Upload Produk	Membantu penjual mengunggah informasi produk preloved.	Berhasil: Sistem menampilkan unggahan produk lengkap dengan gambar dan detail yang diinputkan penjual.
3.	Tampilan Produk	Menampilkan produk yang telah diunggah oleh penjual.	Berhasil: Semua produk yang diunggah ditampilkan dengan format yang rapi dan jelas untuk pembeli.
4.	Keranjang	Memungkinkan pembeli menambahkan produk yang ingin dibeli.	Berhasil: Produk dapat ditambahkan ke keranjang dan data jumlah barang diperbarui dengan benar.
5.	Tampilan Pembelian	Menyediakan formulir untuk pembeli memasukkan data pembelian.	Berhasil: Data pembelian diterima dan diteruskan ke tahap transaksi dengan notifikasi.
6.	Transaksi	Memberikan notifikasi kepada pengguna setelah pembelian selesai dilakukan.	Berhasil: Transaksi diproses dengan benar, dan notifikasi pembelian sukses diberikan kepada pembeli.
7.	Riwayat Pemesanan	Menampilkan daftar riwayat pemesanan atau pembelian yang telah dilakukan pengguna.	Berhasil: Semua riwayat pemesanan ditampilkan dengan detail informasi transaksi yang lengkap.

### 3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi *preloved* berbasis web yang dikembangkan telah berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal kemudahan akses, keandalan sistem, dan efisiensi transaksi barang bekas. Fitur utama seperti *login*, unggah produk, pencarian produk, dan sistem ulasan berfungsi sesuai dengan rancangan, didukung oleh antarmuka yang intuitif dan penggunaan teknologi berbasis web seperti *HTML*, *CSS*, dan *JavaScript*. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ariani *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa aplikasi berbasis web untuk *thrift shop* dapat meningkatkan efisiensi transaksi barang bekas. Selain itu, aplikasi ini juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup berkelanjutan. Sebagaimana dijelaskan oleh Fubani *et al.* (2023), perilaku masyarakat, khususnya mahasiswa, semakin mendukung inisiatif ramah lingkungan, termasuk konsumsi barang bekas. Kesadaran ini juga didorong oleh kebutuhan untuk mengurangi dampak negatif limbah industri, terutama di sektor fashion, seperti yang ditegaskan oleh Julia *et al.* (2024). Pengembangan aplikasi ini juga mengintegrasikan konsep pemasaran digital, yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen modern. Fadhilah (2024) menyebutkan bahwa pemasaran digital melalui media sosial menjadi strategi efektif untuk meningkatkan penjualan barang bekas, yang juga diterapkan dalam aplikasi ini. Selain itu, sistem ulasan dan *rating* yang diterapkan terbukti mampu membangun kepercayaan pengguna terhadap platform, sesuai dengan temuan Kamalia & Sukri (2024) serta Rahmayanti & Saifuddin (2021), yang menunjukkan bahwa ulasan dan peringkat merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian pada platform digital. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, aplikasi ini menawarkan beberapa peningkatan, termasuk integrasi fitur dan kemudahan penggunaan.

Penelitian Luthfan & Gata (2021) menunjukkan bahwa aplikasi serupa sering menghadapi kendala pada desain antarmuka dan kecepatan sistem. Aplikasi yang dikembangkan dalam penelitian ini mengatasi kendala tersebut melalui desain basis data yang terstruktur dan penerapan teknologi yang inovatif, sebagaimana ditegaskan oleh Hasan *et al.* (2022). Selain itu, fitur tambahan seperti *mobile-friendly interface* yang dirancang untuk mendukung aksesibilitas pengguna menjadi nilai tambah yang sejalan dengan hasil penelitian Ramadhani *et al.* (2023). Penelitian ini memperkuat konsep *circular economy*, di mana pemanfaatan barang bekas dapat mengurangi dampak lingkungan, sekaligus mendukung digitalisasi ekonomi yang mempermudah pengguna dalam mengakses barang *preloved*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi *preloved* berbasis web tidak hanya efektif dalam memenuhi kebutuhan pengguna, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap gaya hidup berkelanjutan dan pengalaman transaksi digital yang lebih baik dibandingkan platform serupa.

#### 4. Kesimpulan

Di tengah gaya hidup modern, barang *preloved* semakin diminati, terutama di kalangan mahasiswa dan anak kos. Barang *preloved*, khususnya pakaian, menjadi pilihan alternatif yang ekonomis tanpa mengorbankan kualitas. Platform digital yang mendukung transaksi barang *preloved* menawarkan berbagai manfaat, termasuk membuka peluang ekonomi bagi penjual, menyediakan akses barang dengan harga terjangkau bagi pembeli, serta berkontribusi pada pelestarian lingkungan dengan mengurangi limbah industri. Aplikasi ini tidak hanya dirancang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga untuk mendukung gaya hidup yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Platform ini diharapkan dapat menjadi solusi transaksi barang *preloved* yang aman, efisien, dan berorientasi pada keberlanjutan.

#### 5. Daftar Pustaka

- Candra, A. P., Dewi, I. G. A. A. A., Wijaya, S. V. C., Jayanti, K. S., Jati, K. G. T. M., Firdaus, R., & Mahendra, G. S. (2024). Sistem Informasi Penjualan Online Thrift Shop Berbasis Web. *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 5(2), 116-124. <https://doi.org/10.37802/joti.v5i2.586>.
- Fadhilah, S. (2024). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING MELALUI SOCIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PELAKU USAHA PEMULA. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2105-2124. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3947>.
- Fubani, A., Diheim, M., Makhya, N., & Velasufah, W. (2024). Pengetahuan dan perilaku ramah lingkungan mahasiswa. *Journal of Character and Environment*, 1(2). <https://doi.org/10.61511/jocae.v1i1.2024.478>.
- Gata, G., & Luthfan, M. (2021). Implementasi E-Commerce Untuk Penjualan Pakaian Bekas Pada Toko Second Original. *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 4(2), 232-241. <https://doi.org/10.36080/idealis.v4i2.2846>.
- Hafizha, N., & Faisal, D. (2024). Website Wrapped By Gea Jual Beli Thrift dan Preloved. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 01-12. <https://doi.org/10.62383/misterius.v1i1.43>.
- Hasan, G., Ardila, A., Handoko, A., Salim, F. F., Rohaizat, P. S., & Hulu, Y. J. (2022). Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran dan Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada

- UKM Yosu Preloved Di Kota Batam). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 505-515. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1750>.
- 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>.
- Kariima, R. A. (2023). Aplikasi Promosi Produk Thrift Secara Online Berbasis Mobile. *JUARA (Jurnal Aplikasi dan Riset Informatika)*, 2(1), 145-152. <https://doi.org/10.26418/jari.v2i1.68440>.
- Kariima, R. A. (2023). Aplikasi Promosi Produk Thrift Secara Online Berbasis Mobile. *JUARA (Jurnal Aplikasi dan Riset Informatika)*, 2(1), 145-152. <https://doi.org/10.26418/jari.v2i1.68440>.
- Laila, V. A. (2024). *Dampak Gaya Hidup Thrifting Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z Di Perguruan Tinggi Kota Metro* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Maulida, N. R., Ni'mah, R. K., & Aini, R. N. (2019). Jualbeli Pakaian Preloved di Royal Plaza Surabaya Perspektif Kaidah Hukum Ekonomi Islam. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 9(1), 46-57.
- Narvantinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thrift Shop Online Di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen@ Thriftbuy. Me Kota Makassar). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 13-22. <https://doi.org/10.37476/jbk.v12i1.3666>.
- Ramadhani, F., Rushainy, S. R., Mufit, M. I., Erlangga, F., & Nst, M. F. F. (2022). Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media usaha thrifting shop berbasis website. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 1(1), 44-47.
- Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala Management Business Journal*, 4(2), 847-868. <https://doi.org/10.30862/cm-bj.v4i2.147>.
- Sudrajat, N. D. A., Chairunnisa, G., Assyifa, S. N., Wulandari, N., & Rimadiaz, S. (2024). Stream to Shop: Perilaku Belanja Gen Z Pada Social Commerce dan Apa Yang Paling Memikat Mereka. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 257-272. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.212>.