

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, J. F. J. P., Pradana, B. C. S. A., & Rizqi, M. (2023, July). Strategi Komunikasi Pemasaran Yoiwoy. Size Thrift Jombang Melalui Media Sosial Instagram. In Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Semakom) (Vol. 1, No. 2, Juli, pp. 452-461).
- Atifah, D. Q., Hastuti, N. H., & Rizqi, F. M. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Solo: Studi Kasus Pada Toko Murda Thrift. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2).
- Baharudinsyah, M. V., & Lia Nirawati. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Kopi Baradjawa pada Kedai Kopi dengan Konsep Budaya Jawa. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 3928–3938. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1289>
- Fadila, N. N., Alifah, R., & Faristiana, A. R. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278-291.
- 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.
- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran* (A. Eldian, Ed.). DEEPUBLISH.
- Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (Putri Della Anastiya, Ed.). Pascal Books.
- Ferdiansyah, D. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Answer Stuff Melalui Media Sosial Instagram. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* (Vol. 02).
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media, Ed.). Qiara Media.
- Firmansyah M Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Media Qiara, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). CV. Pustaka Ilmu.
- 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.
- Khairi, M. W., & Maryani, A. (2023). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop Shopee dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 125-130.
- Manggarani, C., & Badrudin, R. (2021). *Manajemen Pemasaran* (N. Huda, Ed.). K-Media.

- Maritza, B. D., & Hariyanto, D. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Bisnis Pakaian Thrift (akun@ spezialmbois). *Interaction Communication Studies Journal*, 1(1), 47-60.
- Melinasari, S., Fitriana, & Prihananto, B. (2023). *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)* (E. Damayanti, Ed.; Bandung). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Nur, M. M., & Ayodya, B. P. (2023, January). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Vivre Melalui Bauran Pemasaran. In *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Semakom)* (Vol. 1, No. 1, Januari, pp. 547-555).
- Permatasari, A. S., Rahmadhan, S., Firdausy, W. J., & Meidianti, H. L. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Thrift Shop terhadap Tingkat Konsumsi Fashion di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 93-107
- Puspitasari, R., & Rochmaniah, A. (2024). Strategi Pemasaran Fashion Thrifting di Instagram: Studi Kasus Akun@ den. market. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 48-54.
- Priska, A., Waruwu, H. G. E. N., Sihite, J. R. S., & Zaky, M. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Prasecond Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal Sains Student Research*, 2(5), 207–219.
- Raffi, M., & Dianita, I. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran@ Ninetysixvintages Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 50–63.
- Saputri, R., & Wirasari, I. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Platform Online pada Mondai Prelove–Thrift Shop. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 8(2), 227-246.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi pemasaran menggunakan fitur Shopee live streaming sebagai media promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen (Studi kasus thrift shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58.
- Sofyan, A. A. A., & Mulyana, D. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 9-14.
- Silvya, S., Mandey, L., Tumbuan, W. J. F. A., Bauran, S., & Maramis, B. (n.d.). PEMASARAN SEJARAH.
- Steven. (2022). *Manajemen Pemasaran (Teori Dan Implementasi)* (V. Ulfah, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Suarningsih, N. K., Nugroho, W. B., & Aditya, I. (2021). Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(2), 1–12.
- Subagio, V. A. (2024). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Kedai Loeang Kopi Surabaya. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 363-373.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com.
- Syarifuddin, & Mandey, S. (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran* (J. Maramis, Ed.). CV. Istana Agency.

- Sofyan, A. A. A., & Mulyana, D. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 9-14.
- Utami, E. P., & Hasmawati, F. (2024). Strategi Bisnis Thrifting@ ngebedje_store di Palembang. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 15-15.