

Daftar Pustaka

- Aditya, R., & Yuniardi, R. (2021). *Strategi Digital Marketing pada UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 13(2), 115–123.
- Andaresta, L. (2023). *72 Persen Masyarakat Indonesia Gunakan Internet untuk Belanja*. www.hyeabis.id
- Arifin, N. A., Djamereng, A., & Musi, S. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT ORGANIZER PT. TIGA PRODUCTION DALAM MENDAPATKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN*. 1(3).
- Arifin, Zainal. (2022). *Ekonomi Kreatif di Era Digital: Peluang dan Tantangan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Aswandana, Pandu., Rahayu D.A. Suci., Effendy, M.A. Arafat. (2022). *Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting*. Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial. 532 –533.
- Endarwita. (2021). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT*. Jurnal Ilmiah Edunomika. 645-647.
- Fahira, P.S. Nadhira & Banowo, Emilianshah. (2025). *Fenomena Thrifting Pasar Senen Sebagai Gaya Hidup Milenial Dalam Meningkatkan Eksistensi Diri*. Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital. 2 – 3. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3665>
- Febrianti, V., Zakiyah, & Komarudin, P. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Traffic Pengunjung Pada Shopping Centre Citimall Kuala Kapuas. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 73–90. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i1.42>
- VOLUME PENJUALAN (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*.
- Febriansyah, Ricki., Fasa M. Iqbal & Suharto. (2022). *Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia*. Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah. 68 – 70. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/364>
- Fitriani, R. (2021). “Fenomena Thrifting Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 8(2), 112-125.

- Hadi, Y. (2020). *Event Management: Strategi Menyelenggarakan Event Kreatif*. Bandung: Alfabeta.
- Hasni, Fikria., Hamdani, Ikhwan & Arif, Suyud. (2022). *Strategi Pemasraan Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik /minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Bogor Baru*. Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam. 196-197.
<http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/722>
- Khairunnisa, Citra Melati. (2022). *Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis. 99 – 100.
- Kinipagi Wedding Planner. (2020). Studi Kasus Strategi Customer Retention melalui Layanan Personalisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 67–75.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Maharani, M. Utami., Sadiyah, Dewi., Mujib, Abdul & Mulqiyah, Hilma. (2022). *Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh Dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah*. Academic Journal of Haji and Umra. 92-95. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/mabrur>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Array. *Jurnal Online Tata Busana*, 10(3), 62–68. <https://doi.org/10.26740/jurnal-online-tata-busana.v10i3.43200>
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mayang, A., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (Studi kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 9(1), 45–56.
- Ningsiawati. (2024). *"Thrifting", antara Kesadaran Lingkungan dan Tekanan Kantong Gen Z*. Kompas.id.
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). *PERANCANGAN REFERENSI GAYA BERPAKAIAN THRIFTING MELALUI FEED INSTAGRAM*.
- Putri, B. A., & Ali, H. (2025). Analisis SWOT sebagai strategi inovasi dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis PT XYZ. *Siber International Journal of Sport Education*, 2(3), 103–112.
- Priharto, A. (2020). *Manajemen Strategi: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Penerbit Andi.

- Robby A., & R Yuniardi, R. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI), 96-102 .
<https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Roslikawati & Tia Listiaty. (2024). Strategi Pengembangan Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen Pengguna Jasa di Kinipagi Wedding Planner Cirebon. *Journal of Management and Creative Business*, 2(3), 314–323. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i3.2914>
- Roslikawati, D., & Listiaty, T. (2020). Strategi Pemasaran pada Jasa Wedding Organizer dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 45–52.
- Safitri, T., Safelia, N., & Rahayu, R. (2023). Analisis kinerja keuangan berbasis analisis SWOT pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jambi periode 2020–2023. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(3), 45–60.
- Sariwati, Y., Rahmawati, D., Oktaviani, F., & Amran, A. (2021). *PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) CALIEF MELALUI IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN*.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. The Free Press.
- Setiyowati, A. (2025). Analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing produk fashion lokal di era digital pada perusahaan XYZ. *Siber Journal of Transportation and Logistics*, 3(1), 7–16.
- Sirower, M., & Weirens, J. (2022). *The Synergy Solution: How Companies Win the Mergers and Acquisitions Game*. Harvard Business Review Press. <https://books.google.co.id/books?id=wgUeEAAAQBAJ>
- Sutrisno. (2021). SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN RUMAH TANGGA TERHADAP PRODUK RAMAH LINGKUNGAN. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 31(2), 120–133.
<https://doi.org/10.23917/jpis.v31i2.16243>
- Tiga Production. (2021). Strategi Promosi Event Organizer Berbasis Pengalaman Pengunjung. *Jurnal Komunikasi dan Industri Kreatif*, 4(2), 33–40.

- Wahdiyat, A., & Wulandari, D. D. (2022). Analisis strategi pengembangan bisnis pada UMKM menggunakan pendekatan analisis SWOT dan QSPM matrik. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 3(1), 22–30.
- Wijaya, M. Y., Rusmiati, R., & Narwati, N. (2022). Analisis SWOT dalam implementasi protokol kesehatan pada petugas makanan untuk pencegahan Covid-19 di Taman Prestasi, Surabaya. *International Journal of Advanced Health Science and Technology*, 2(3), 156–161.
- Yatminiwati, M., & Ermawati, E. (2022). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk*.
- Yatminiwati, S., & Ermawati, A. (2022). Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran Produk UMKM UD Mahameru. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 10(3), 98–106.
- Zahra, Winda R., Herwanto, Dene & Agnezia, Shania V. (2022). *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Tas Pria di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Industri Servicess. 107. <http://dx.doi.org/10.36055/jiss.v8i1.14415>