

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. A. & Worang, F. G. (2024). *Pemasaran Berkelanjutan*. CV. Sketsamedia, Jawa Tengah.
- Adji, N. L. & Claretta, D. (2023). Fenomena Thrift Shop Dikalangan Remaja: Studi Fenomenologi tentang Thrift Shop di Kalangan Remaja Surabaya. *Dawatuna: Jurnal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 36-44.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A. & Hasan, S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang.
- Azizah, L. I., Adelina, D. & Yuliana, Z. I. P. (2022). Penerapan Digital Marketing Melalui Media Sosial untuk Peningkatkan Penjualan Usaha Mikro di Masa Pandemi. *Sosio e-Kons*, 14(3), 286-292.
- Dewangan, J. K., Trehan, U. & Siddiqui, I. (2022). Social Media Influencer Marketing: A Systematic Literature Review. *International Journal of Business Excellence*, 6(1), 1-18.
- Fadhilah, S. (2024). Implementasi Digital Marketing Melalui Social Media sebagai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pelaku Usaha Pemula (Studi Kasus: Toko Online Sadrathrifting). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(1), 2105-2124.
- Fernandi, A. (2023). *Kiat-kiat Usaha Online Thrifting*. Cahaya Harapan, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Ge, J. (2024). Influencers Marketing and its Impacts on Sustainable Fashion Consumption Among Generation Z. *Journal of Soft Computing and Decision Analytics*, 2(1), 118-143.
- Gunawan. (2022). *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. IPB Press, Bogor.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H. & Nurjaya. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books, Tangerang Selatan.
- Hartini, Sudirman, A. & Wardhana, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. CV. Media Sains Indonesia, Pematang Siantar.
- Herjanto, H., Amin, M., Purinton, E. & Lindle II, E. L. (2023). Secondhand clothing purchase intentions: Generation Z's perspective. *Journal of Global Responsibility*, 3(1), 1-21.

- Hilmi, I. & Rohmah, N. (2023). *Bisnis Barang Preloved dan Bisnis Jasa Ekspedisi di Era Belanja Online*. Elementika Media, Jakarta.
- Istanto, Y., Rahatmawati, I. & Sugandini, D. (2020). *Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil*. Zahir Publishing, Yogyakarta.
- Kania, A. (2021). *Ensiklopedia Mini Mengenal Sejarah Pakaian*. CV. Angkasa, Bandung.
- Khairunnisa, I., Hardmadji, D. E. & Ristiyana, R. (2022). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang.
- Khoerunnisa, N. K. (2020). *Digital Marketing (Marketing Strategi In Digital Era)*. Program Studi Vokasi Humas UI, Jakarta.
- Larasati, T. A., Pradiptya, A. & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397-402.
- Namirah. (2024). *Ramalan Fashion*. CV. Garuda Mas Sejahtera, Surabaya.
- Namirah. (2024). *Zaman Baru Fashion*. Garuda Mas Sejahtera, Surabaya.
- Nilawati, E. S. (2024). *Passion And Love In Fashionpreneurship*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ningsih, Y. K., Anamisa, D. R. & Hasbunallah, M. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place Untuk Meningkatkan Produk Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19*. MNC Publishing, Surabaya.
- Poltak, H., Sumarsih, Hastutik, S. & Sartika, D. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. CV. Media Sains Indonesia, Bandung.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O. & Fajariana, D. E. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Razak, I., Wibowo, I. & Reztrianti, D. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. CV Putra Media Nusantara, Jakarta.
- Safitri, C., G., M. & Latif, A. S. (2023). *Digital Marketing Menembus Market Meningkatkan Omset*. Penerbit Adab, Jawa Barat.
- Saparso. (2020). *Marketing Process Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Ukrida Press, Jakarta.
- Sila, E., Saputra, T. H., Hikmah, N. & Purnamasari, P. (2024). Strategi Trend Fashion, Promosi Online dan Brand Image Terhadap Minat Beli Fashion Thrifting (Studi Kasus pada Akun Instagram Baseecondstuff_). *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(1), 219-226.

- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Pemasaran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama, Depok.
- Walidah, L. & Palupi, K. T. (2024). *Penerapan Sustainable Fashion*. Mutiara Aksara, Semarang.
- Winarso, W. & Mulyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pen Persada, Bekasi.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A. & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Unmas Press, Denpasar.