

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin, A., & Choandi, M. (2020). Fasilitas Penggemar Pakaian Ekonomis. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 2(2), 2113. <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i2.8479>
- Arianto, B. (2020). Salah Kaprah Ihwal Buzzer: Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(5), 1–20.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program*. Pustaka Pelajar.
- Ashur, M. (2016). Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosial Terhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-Commerce (Studi Pada Konsumen S-Commerce Di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 109–119.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(10), 46–26.
- Barlian, E. (2016). *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuntitatif*. Sukabina Press.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(9), 140–157.
- Chrismardani, Y. (2014a). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk UMKM. *Jurnal Berkala Ilmu Ekonomi*, 8(8), 176–189.
- CNN Indonesia. (2020). *Tips Beli Baju Bekas Koleksi “Preloved” dan “Thrift Shop.”* Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20201120150333-277-572423/tips-beli-baju-bekas-koleksi-preloved-dan-thrift-shop>
- Dewi, R. K. (2019). *Fenomena Thrifting Sedang Digandrungi, Apa Pemicunya?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/11/19/201500965/fenomena-thrifting-sedang-digandrungi-apa-pemicunya-?page=all>
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(8), 1–16.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 1(118–128).
- Garjito, D. (2020). *Apa Itu Thrifting? Berikut Arti Thrifting, Plus Tips dan Trik Berbelanja.* Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2020/11/21/193321/apa-itu-thrifting-berikut-arti-thrifting-plus-tips-dan-trik-berbelanja>
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).

- Hidayatulloh, A., Ganinda, F. P., & Nugroho, A. D. (2020). Faktor Yang Mendorong Niat Untuk Social Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 16(16), 90–97.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Refika Aditama.
- Juliana, Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Hutahaeon, J. (2020). *Marketing Strategy In Digital Era*. PT. Nasya Expanding Management.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Simultaneously.
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1078>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(3), 18–33.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(16), 151–160.
- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa*, 4(4), 1–15.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. ReferensiII (GP Press Group).
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Muslimah, S. (2020). *Bisnis Thrift Store, Peluang Bisnis yang Besar?* Jurnal.Id. <https://www.jurnal.id/id/?s=Bisnis+Thrift+Store%2C+Peluang+Bisnis+yang+Besar%3F>
- Nastiti, D. L., Putri, Y. R., & Fithrah, D. S. (2016). Analisis, Strategi Komunikasi Pemasaran Foodstagrammer Dalam Periode, Sostac (Studi Kasus Pada Akun Foodstagram @Caferesto_bdg 2016), Januari-April. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2269.
- Nidilah, W., & Purwanti, A. (2021). Media Informasi Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Instagram Apple_bth Dalam Menarik Minat

- Pembeli. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 5.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cakra Books.
- Nugroho, A. D., Damayanti, M., Ganinda, F. P., & Hidayatulloh, A. (2019). PERAN WORD OF MOUTH DALAM AKTIVITAS SOCIAL COMMERCE. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(5), 120–136.
- Octavia, G., & Sari, W. P. (2019). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia*, 2(2), 339. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3598>
- Prabandari, A. I. (2020). *Perbedaan Data Primer dan Sekunder dalam Penelitian, Ketahui Karakteristiknya*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/jateng/perbedaan-data-primer-dan-sekunder-daslam-penelitian-ketahui-karakteristiknya-kln.html?page=2>
- Prabaswari, G. A. Y., Nengah, P. I., & Aditya, I. G. . A. K. (2020). Produksi Risiko Industri Fast Fashion Dalam Fenomena Thrifting Di kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(1), 1–9.
- Prabaswari, G. A. Y., Punia, I. N., & Aditya, I. G. . A. K. (2020). Produksi Risiko Industri Fast Fashion Dalam Fenomena Thrifting Di kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(1), 1–9.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Prodjo, W. A. (2020). *Berburu Pakaian Bekas di Pasar Santa, dari Puluhan Ribu sampai Jutaan Rupiah...* Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/12/16/16330051/berburu-pakaian-bekas-di-pasar-santa-dari-puluhan-ribu-sampai-jutaan?page=all>
- Rachbini, W. (2017). Peran Social Support Terhadap Relationship Quality Dan Social Commerce Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(7), 330–347.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Rahman, V. A., Darma, S. D., Ali, R. S., Nuralam, A. M., Satria, W., & Zahra, Q. S. A. (2016). *Literasi Dalam Saku Mengelola Media Sosial Komunitas Tanpa Batas*. Direktorat Pembinaan Pendidikan Keaksaraan dan Kesetaraan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Rajasa, E. C., H, D. D., & Muljosumarto, C. (2014). Perancangan Promosi Offline & Online Newton Vintage Store. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(2), 1–11.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Interaksi Online*, 6(6), 1–12.
- Samudji, E. C., Utami, N. K. Y., & Dewi, P. S. T. (2019). Perancangan Interior Time Capsule Thrift Shop Center Di Kota Denpasar. *Jurnal Patra*, 1(1), 17–24.
- Saraswati, K., Hadi, I. P., & Goenawanf, F. (2020). Efektivitas Iklan “@Kamaliabeauty X Tasyafarasya Lipwatch” Pada Instagram Beauty Influencer Tasya Farasya. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(8), 2–8.

- Sarosa, S. (2017). *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar, Edisi Kedua*. PT Indeks.
- Soraya, I. (2017). 2579-3292 Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(8), 30–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v8i2.2654>
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(15), 47–60.
- Tanuwijaya, R., & Trisno, R. (2020). Loka Loak Kebayoran Lama. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 2(2), 1231. <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i2.8530>
- Wijaya, A. D., Wicandra, O. B., & Asthararianty. (2020). Perancangan Ilustrasi sebagai Edukasi tentang Polusi Akibat Limbah Cair Produksi Fashion. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(1–10).
- Winarni, E. W. (2018). *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Bumi Aksara.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 83–90.

