DAFTAR PUSTAKA

Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., & Azmi, M. A. (2022). Analisis Digital Marketing Tiktok Live sebagai Strategi Memasarkan produk UMKM Anjab Store. *JBPD: Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, *2*(1), 13–24.

Alfanis, A. (2024). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/Thrift dan Dampaknya Terhadap UMKM Lokal di Bandar Lampung Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Thrift Kota Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.

Anggraeni, E. Y., Gumanti, M., Khumaidi, A., Nanda, A. P., Astuti, S., Puastuti, D., Ridhawati, S. M. J. E., Andriyani, N., Ridhawati, E., Susilowati, T., & Wati, R. (2022). *Buku Ajar E-Business & E-Commerce* (Cetakan I). CV. Adanu Abimata.

Anita, S. B. (2023). *Entrepreneurship Communication* (Cetakan I). Kencana.

Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital* (Cetakan I). Penerbit Lakeisha.

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 Sosial*, *7*(2).

Buana, T., & Maharani, D. (2020). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, *14*(1), 1–10.

Cahyati, M., Abidin, Z. Z., Taufiqurahmah, I., Nurmasari, D., & Bharoto, A. K. (2023). *Panduan Dasar dan Strategis Komunikasi Pasien Tuli dan Disabilitas Pendengaran Pada Kedokteran Gigi Klinis* (Cetakan I). UB Press.

Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing* (Cetakan I). DIVA Press.

Dwianto, A. S., Widayatmoko, & Kusuma, S. (2024). *Manajemen Perubahan* (Cetakan I). Penerbit Takaza Innovatix Labs.

Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Evektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.

Faisal, A., Fauziyah, N. N., Ekawanto, I., Sabur, M., & Asih, R. R. D. (2024). *Digital Marketing (Strategi dan Inovasi Pemasaran Digital Menembus Pasar Global)* (Cetakan I). PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Ferdiansyah, D. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Answear Stuff Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, *2*(2), 965–971.

Ferira, R. (2022). Analisis Aplikasi TikTok sebagai Platform Membangun Jaringan Bisnis Generasi Millenial. *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage*, *June*, 1–15.

Firdausy, S., & Qayyim, I. (2023). *Strategi Komunikasi Digital Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan* (Cetakan I). CV. Tohar Media.

Firdausy, S. B. K., & Ahmadi, M. A. (2025). Strategi Pemasaran Omnichannel: Tinjauan Literatur Terhadap Tren dan Inovasi dalam Pengalaman Konsumen di Era Digital. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, *8*(1), 618–628.

Fitriani, S. (2024). *Strategi Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kualitas Kerja Pegawai pada Kantor Lurah Gajah Sakti Kecamatan Mandau*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Goodwin, D. (2023, September 7). Survey: 51% of Gen Z women prefer TikTok, not Google, for search. *Search Engine Land*.

Helpiastuti, S. B., Fitriani, Haryati, T., Sasongko, R. W., Irwanto, Rumahlewang, E., Susanto, H., Widnyani, I. A. P. S., Girindra, I. A. G., Enas, U., & Simalago, E. M. (2025). *Dasar-dasar Penelitian Administrasi (Teknik dan Pendekatan Metodologis)* (Cetakan I). Widina Media Utama.

Hermansyah, D., & Astini, B. I. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Visibilitas dan Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, *3*, 31–48.

Jusuf, E. (2023). *Strategi Pemasaran Berbasis Digital: Teori dan Praktik* (Cetakan I). Cipta Media Nusantara.

Kemp, S. (2025, February 25). Digital 2025: Indonesia. *DATAREPORTAL*.

Krisprimandoyo, D. A., Anshori, M. Y., & Nadlifatin, R. (2025). *Prinsip dan Strategi Pemasaran dari Teori Kotler ke Praktik Digital*. CV Budi Utama.

Maritza, B. D., & Hariyanto, D. (2023). Digital Marketing Communication Strategy in Thrift Clothing Business (Accounnt @spezialmbois). *UMSIDA Preprints Server*, 1–11.

Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawarmi, Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cetakan I). Widina Bhakti Persada.

Muzaache. (2021). *The Secret Of Property Sold Out*. Guepedia.

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Penerbit Media Sahabat Cendikia.

Nurlela, L., Laksono, R. D., Judijanto, L., Wianti, S., Batubara, R. P., Sakti, S. R. M., Nataly, F., Saktisyahputra, Rachmawati, R. D., Setyadji, V., Sutresna, A., Ashfahani, S., Fatimah, & Devitasari, A. (2024). *Pengantar Komunikasi (Dasar-dasar Komunikasi yang Efektif)* (Cetakan I). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Nurohman, D. A. (2021). *Konten Kreator: Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktoker*. Penerbit Elmarkazi.

Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *2*(4), 294–306.

Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, *1*(6), 88–94.

Purnomo, A. M. (2023). Efektivitas Penggunaan Pesan Dalam Media Komunikasi Pemasaran Online. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, *8*(2), 232–245.

Rahayu, Ayu Hendrati, Andryanto, Bryant, Pristiyanto, Astagini, Nuria, Juminah,

Andra, Resti Syafitri, Afriaris, Said, Novra, Eddi, Samual, Loureine Patricia, Misnawati, Desy, Hermanto, Mardika, Nanda Harry, & Marzuki, Sitti Nikmah. (2024). *Komunikasi Bisnis: Efektif dan Modern* (Cetakan I). Padang: CV. Gita Lentera.

Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, *17*(33), 81–95.

Rivera, M. (2025, March 3). 28 Social Media Statistics Marketers and Creators Need to Know for 2025. *Clear Voice*.

Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Cetakan I). Zahir Publishing.

Safitri, L. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Inthrifting.co Melalui Media Sosial Instagram dan Tiktok untuk Meningkatkan Penjualan Produk*. Universitas Semarang.

Sania, A. M. F., & Febriana, P. (2024). Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. *CONVERSE: Journal Communication Science*, *1*(2), 37–48.

Sari, Y. (2021). *Strategi Komunikasi Pesaran Digital Amazara (Studi Kasus Pemanfaatan Media Digital-Internet dalam Komunikasi Pemasaran PT Amazara Cipta Indonesia Tahun 2019-2020)*. Universitas Islam Indonesia.

Septiani, F. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran Digital* (Cetakan I). Cipta Media Nusantara.

Shalahuddin, M. A., & Nurfauizah, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *Jurnal Propaganda*, *3*(2), 124–130.

Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)* (Cetakan I). Scopindo Media Pustaka.

Siregar, F., & Fikry, Z. (2023). Perbedaan Pengambilan Keputusan dalam Membeli Thrifting Pada Dewasa Awal Ditinjau dari Jenis Kelamin di Bukittinggi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, *3*(3), 11219–11226.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 24–36.

Sutikno. (2022). *Strategi dan Teknik Penelitian (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Guepedia.

Syahrani, S., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital dalam Pemasaran Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing E-Business. *Jurnal Media Akademik*, *3*(4), 1–12.

Tahir, R., Kalis, M. C. I., Thamrin, S., Rosnani, T., Suharman, H., Purnamasari, D., Priyono, D., Laka, L., Komariah, A., Indahyani, T., Fanani, A. F., Prisuna, B. F., & Sulaeman, H. K. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Mengumpulkan Bukti, Menyusun Analisis, Mengkomunikasikan Dampak)* (Cetakan I). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Wicaksana, S. A., Alqini, A. F., & Ambyah, H. (2021). *Transformasi Digital: Perspektif Organisasi, Talenta, dan Budaya Digital*. Dd Publishing.

Widiarty, W. S. (2024). Politik Hukum Perdagangan Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Sarana Media Promosi Produk UMKM di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(2), 7441–7453.

Winarko, B. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital Terpadu: Buku Panduan Praktis* (Cetakan I). CV. Amerta Media.