

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Afrilia, A. M. (2018). Digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran “waroenk ora umum” dalam meningkatkan jumlah konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi, 1*(1), 147-157.
- Aliyah, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada CV Yudi Putra* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Aliyanti, T. N. (2019). *Implementasi Strategi STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) Di PT. Mina Wisata Islami Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2009). *Manajemen bisnis syariah: penuntun perkuliahan bagi para mahasiswa, pencerahan bagi para pedagang, pengembangan marketing syariah/spiritual marketing bagi para pengusaha*. Alfabeta.
- Alma, (2016). Buchari & Priansa, Donni Juni. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amiliana, D., Fatchurrohman, M., & Wardhani, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia, 2*(2).
- Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Arisandy, Y. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 4*(1).
- As'ad,H. Abu-Rumman. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Journal*

Society of Interdisciplinary Business Research Vol. 3 No. 1 ISSN: 2304-1013;2304-1269.

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1)*.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran, Jakarta: RajawaliPers, PT. *Raja GrafindoPersada*.
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 219-231.
- Ayu, W. R. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Bidari, A. R. (2013). Makna Behel Bagi Mahasiswa di Surabaya. *Paradigma*, 1(3).
- Borden, N.H. (2014). The concept of the marketing mix. *Journal of Advertising Research*, 4(2), 2-7.
- Cahyono, B., Haryono, A. T., & Malik, D. (2016). Analisa kekuatan strategi pemasaran melalui online marketing, offline marketing dan service Excellent terhadap loyalitas konsumen PT. Adinata graha raya kaliwungu dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 2(1).
- Cahyono, Basuki, dkk. (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, Vol. 3 No. 3
- Cervellon, M. C., Carey, L., & Harms, T. (2012). Something old, something used: Determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(12), 956-974.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.

- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- Dewantoro, S. (2015). Strategi Penetapan Harga Pada PT Madubaru Bantul. *Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III, Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.*
- Evasari, A. D. (2020). Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *ISTITHMAR: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Fadillah, Y. (2019). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA USAHA KECIL DONAT ILHAM BANDUNG* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Faizah, N. K. (2018). Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online Dan Offline Di Toko Bibishop Grosir Nganjuk (Studi Komparasi). Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Universitas Nusantara PGRI Kediri.*
- Fajriyah, L. W. (2018). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tahubaxo ibu Pudji Ungaran dalam perspektif ekonomi islam. *Skripsi. Prodi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.*
- Fandy, T. (2008). Strategi pemasaran. *Yogyakarta: Andi.*
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media.*
- Halali, M. Z. R. (2018). *Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Di Toko Busana Muslim Al-Haramain Ciputat Tangerang Selatan)* (Doctoral dissertation, Institut PTIQ Jakarta).
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam.* deepublish.
- Harahap, D. F., & Hasim, W. (2021). Implementasi Swot Strategi Pemasaran Onlinepada Counter Super Cell Di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1).

- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode penelitian kualitatif
- Hasan, A. (2018). Marketing dan kasus-kasus pilihan.
- Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo
- 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.
- Hasbi, M. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Outfit Second (Thrift)(Studi pada Konsumen di Toko RB Landungsari).
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Huberman, Miles, dan Saldana. *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications, 2014.
- Hur, E. (2020). Rebirth fashion: Secondhand clothing consumption values and perceived risks. *Journal of Cleaner Production*, 273, 122951.
- Husni, M. R. (2022). *Analisis masalah mursalah dan Permendag no 51 tahun 2015 terhadap praktik jual beli pakaian bekas (thrift shop) impor di akun IG@ dodolan-second* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Hutabarat, E. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(1).
- Ikhwana, A., & Ritonga, S. (2021, December). Strategi Bisnis Terintegrasi Antara Online Dan Offline Untuk Meningkatkan Pemasaran. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS* (Vol. 4, No. 1, pp. 182-194).
- Indonesia, T. R. K. B. B. (2018). Kamus besar bahasa Indonesia.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi

- Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Kestenbaum, R. (2017). Fashion retailers have to adapt to deal with secondhand clothes sold online. *Forbes*. Available online: <https://www.forbes.com/sites/richardkestenbaum/2017/04/11/fashion-retailers-haveto-adapt-to-deal-with-secondhand-clothes-sold-online>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 1(2).
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172.
- Leisander, I., & Diah, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2).
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51-70.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*.
- Mamik, M. (2014). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama PUBLISHER.
- MARCELLINA, C. V. (2021). ANALISIS KOMPARASI TINGKAT PENJUALAN PARA PELAKU INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) KABUPATEN TULUNGAGUNG DENGAN SISTEM PEMASARAN OFFLINE DAN ONLINE.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79-86.

- Medalla, M. E., Yamagishi, K., Tiu, A. M., Tanaid, R. A., Abellana, D. P. M., Caballes, S. A., ... Ocampo, L. "Modeling the hierarchical structure of secondhand clothing buying behavior antecedents of millennials". (*Journal of Modelling in Management*, 15(4), 2020)
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73-92.
- Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Najib M. (2015). *Manajemen Pemasaran Internasional*. IPB Press
- Narkubo, C. D. H. (2012). Abu Achmad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi pemasaran online dan offline. *jurnal abdikarya: jurnal karya pengabdian dosen dan mahasiswa*, 1(1).
- Niswa, N. L. (2020). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk fashion muslim pada toko antaradinhijabs di Shopee* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Nugraha, G. N., Rochdiani, D., & Sudrajat, S. (2019). Strategi Pemasaran Seblak Kicimpring Berbasis Offline dan Online (Studi Kasus pada UKM Raja Rasa di Kelurahan Linggajaya Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 644-656.
- Nur, M. M., & Ayodya, B. P. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP VIVRE MELALUI BAURAN PEMASARAN. *SIMAKOM: SIMPOSIUM NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI*, 1(01), 547-555.
- Ozdamar Ertekin, Z., Sevil Oflac, B., & Serbetcioglu, C. (2020). Fashion consumption during economic crisis: Emerging practices and feelings of consumers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(3), 270-288.

- Pardyansyah, D. (2018). *PENGARUH PELAKSANAAN PROMOSI TERHADAP TUJUAN PENJUALAN PADA USAHA KECIL KRIPIK WIDODO DI KOTA CIMAHI* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Pearce II, John A. Robinson. Richard B, Jr. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- 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.
- Petrescu, M., & Bhatli, D. (2015). Consumer behavior in flea markets and bottom of the pyramid marketing. In *Marketing Dynamism & Sustainability: Things Change, Things Stay the Same... Proceedings of the 2012 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 501-501). Springer International Publishing.
- Prastiwi, Q. (2019). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM pabrik roti Alfaris Bakery Medan* (Doctoral dissertation).
- PUTRANDA, A. (2021). *STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA GERAI 212 CABANG BENGKULU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Rahmadani, N. P. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HIJAB. *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 89-96.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Putaka Utama,
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). Pengaruh social media marketing twitter terhadap terbentuknya brand image restoran burger gaboh pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(2), 1-15.
- Rukajat, Ajat. *Pendektan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

- Sahroni Oni dan Hasanuddin. (2016). *Fiqh Muamalah, Cet 1*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Sanjaya, W. (2014). Penelitian pendidikan: jenis, metode dan prosedur.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Sari, N. P. (2021). *ANALISIS KOMPARATIF STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE PADA UMKM RENGGINANG UMI TEGAL* (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).
- Sembiring, F. A., & Deni, I. F. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Pada Pasar 18 Kota Binjai. *BEST Journal (Biology Education, Sains and Technology)*, 5(2), 428-433.
- Serfiani, C. Y., Purnomo, S. D., & Hariyani, I. (2013). *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017, May). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *In Proceedings* (Vol. 1, No. 1).
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sulaeman, N. N. (2019). *PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP TUJUAN PENJUALAN PADA HI BREW COFFEE BANDUNG* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Sumarsan, Thomas. *Sistem Pengendalian Manajemen : Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran kinerja*, edisi 2, Jakarta Barat: Indeks Permata Puri Media, 2013
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan*. PT Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Caps, 110.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Buku Seru. Yogyakarta

- Susilawati, P. S., Hilal, F., Azzahra, N. A., & Nurlaeli, S. L. (2023). Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline di Era Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3),
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Tashandra, Nabilla. 2020. "Fenomena Thrifting Sedang Digandrungi, Apa Pemicunya." Kompas.Com. Retrieved
- UMAH, R. S. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE PADA TOKO GRANADA SUMBERGEMPOL TULUNGAGUNG DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2)
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Widayati, K. D. (2018). Implementasi SWOT strategi pemasaran online dan offline pada PT Roti Nusantara Prima cabang Jatiasih, Bekasi. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 209-216.
- Widayati, Kus Daru. (2018). "Implementasi SWOT strategi pemasaran online dan offline pada PT Roti Nusantara Prima cabang Jatiasih, Bekasi." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 2, no. 2
- Xu, Y., Chen, Y., Burman, R., & Zhao, H. (2014). Second-hand clothing consumption: a cross-cultural comparison between American and Chinese young consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 670-677.
- Yuliana, R. (2013). Analisis strategi pemasaran pada produk sepeda motor matik berupa segmentasi, targeting, dan positioning serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 132143.

- Yusryana, Y., Majid, A., & Idris, M. (2022). Promosi Penggunaan Selebriti Instagram (Selebgram) Dalam Meningkatkan Penjualan Astwear. Id Pada Generasi Milenial Di Kota Makassar. *RESPON*, 3(3)
- Zaman, M., Park, H., Kim, Y. K., & Park, S. H. (2019). Consumer orientations of second-hand clothing shoppers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(2), 163-176.
- Zevi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Zhang, J., & Mao, E. (2016). From online motivations to ad clicks and to behavioral intentions: An empirical study of consumer response to social media advertising. *Psychology and Marketing*, 33(3)
- DataIndonesia.Id: “Impor Pakaian Bekas Indonesia Mencapai 26,22 Ton pada 2022” dalam <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/impor-pakaian-bekas-indonesia-mencapai-2622-ton-pada-2022> diakses pada 11 Maret 2023 pukul 09.58