

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisyahrini, R., & Bajari, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *Jurnal universitas Pasundan, Jurnal Universitas Padjadjaran*, 246.
- Azia, F. S., & Indira, F. D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Pada PAasar 18 Kota Binjai. *Biologi Education, Science & Technology Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 429.
- Ghilmansyah, R., Siti, N., & Wahyu, U. (2022). Fenomena Thrifting Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca, Unmer Malang*, 2-4.
- Herjanto, H., Scheller-sampson, J., & Erickson, E. (2016). The Increasing Phenomenon Of Second-hand Clothes Purcahse: Insight From The Literature. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3.
- Kulsum, U. (2020). Sustainable Fashion as The Early Awakening of the Clothing Industry posr Corona Pandemic. *International Journal of Social Science and Business*, 423-424.
- Kuncoro, H., & Donald, S. S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Clothing Line SINKKINK Pride. *Pendidikan Ekonimi FKIP Universitas Kristen Satya Wacana*, 4-5.
- Lidya Wati Evelina, M. S. (2021). TREND MILENIAL MENGGUNAKAN SECOND BRANDED FASHION . *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 241.
- Nur, T. F., Indra, L. K., & Sumadi. (2022). The Phenomenon of Thrifting in State Law and Islamic Economic Perspective: A Business of Second Branded Fshion Trends for Young People. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2-4.
- Risma, D. G., Ramses, W. H., Muhammad, F. M., Muhammad, N. H., & Luh, D. P. (2021). Mindful Consumption Behavior On Second-Hand Fashion Products: Intervariable Influence Analysis Of Stimulus-Organism-Response Model. *Journal ASEAN Marketing*, 75.
- Saputro, R. L. (2018). Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Memepertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya). *Jurnal FISIP Universitas Airlangga*, 338.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wati, L. E., & Muhammad, R. S. (2021). Trend Milenial Menggunakan Second Branded Fashion Street Wear Sebagai Identitas Diri. *Marketing Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Universitas Bina Nusantara*, 240.

Widia, w., Refius, P. S., & Rio, D. L. (2021). The Psychographic and Demographic Profile of Online Thrift Shop Consumers in Tasikmalaya. *International Sustainable Competitiveness Advantage*, 716-717.