

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, R. (2020). Pengaruh Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Teknologi dan Inovasi*, 1(2), 90–98.
<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRTI/article/download/397/341>
- GoodStats. (2023). Ada 49,4% Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting. *GoodStats Indonesia*.
<https://data.goodstats.id/statistic/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sp7wi>
- Hidayat, R. (2022). Strategi Digital Marketing. *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/359467934_Strategi_Digital_Marketing
- Khayrani, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift. *Skripsi*, Universitas Pakuan.
<https://eprints.unpak.ac.id/6793/1/2022%20Khayrani%20021117087.pdf>
- Nasution, A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Lambung Mangkurat.
<https://repodosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/33565/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf>
- Ningsih, M. R. (2021). Informan Penelitian Kualitatif. *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/353846502_Informan_Penelitian_Kualitatif
- Putra, R. M. (2020). Strategi Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen. *Semantic Scholar*.
<https://pdfs.semanticscholar.org/7e8c/eda48cb1bd77116f0c615b18eb5c188a8920.pdf>
- Rahayu, D., & Handayani, F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan. *Economic Management and Technology Review*, 4(2), 112–120.
<https://journal.lembagakita.org/emt/article/download/483/441>
- Rama, I. (2022). Strategi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Digital. *Skripsi*, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
[https://repository.unpkediri.ac.id/10017/1/Full%20Text%20\[RAMA_61201_19102020070\].pdf](https://repository.unpkediri.ac.id/10017/1/Full%20Text%20[RAMA_61201_19102020070].pdf)
- Sari, D. K. (2021). Strategi Promosi Usaha Pariwisata Melalui Media Sosial. *Jurnal Kepariwisata*, 20(1), 55–63.
<https://journal.poltekpar-nhi.ac.id/index.php/jk/article/download/408/150>
- Simatupang, L. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 7(1), 35–41.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse/article/view/5861/3269>
- Siregar, N. P., & Harahap, A. D. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Mudima: Multimedia Digital Majalah Ilmiah*, 4(4), 1247–1256.
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/download/1175/1082>
- Sugiyono. (2018). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Universitas Lambung Mangkurat
<https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/33948/Buku%20Digital%20-Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>
- Suara.com. (2025, April 8). Bukan TikTok, Instagram Ini Media Sosial Paling Disukai Orang Indonesia Tahun 2025. *Suara.com*.
<https://www.suara.com/tekno/2025/04/08/203336/bukan-tiktok-instagram-ini-media-sosial-paling->

Hidayah, F. N. (2023, Juni 2). *Ada 49,4% masyarakat Indonesia pernah melakukan thrifting*. GoodStats.

<https://data.goodstats.id/statistic/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sP7wi>