

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2019). *Buzzer Media Sosial dan Branding Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal UMKM Dewantara, 2(1), 27-46.
- Abdul, A. P. S. K. M., Cakranegara, A. R. S. P. A., & Kusnadi, D. M. I. H. (2022). *Analisis Brand Identity dan Implementasi Peran Marketing Communication di Pasar Musik Indonesia*. Jurnal Kewarganegaraan, 6(3).56-69
- Bastian, D. A. (2014). Analisa citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ades pt. ades alfindo putra setia*. Jurnal Strategi Pemasaran, 2(1), 1-9.
- Dwi, B. (2012). *atmoko Instagram Handbook*, Media Kita, Jakarta.
- Fanny, R., Siti, RR, Muhammad, IM, Farizi, E., & M Fahri, FN (2022). *Pemanfaatan informasi teknologi sebagai media usaha thrifting shop berbasis website*. Campuran sains jurnal teknik , 1 (1), 44-47.
- Fauzan, M. A., Apsari, D., & Wahab, T. (2020). *Perancangan Identitas Merek Apparel Urban Legend Indonesia*. eProceedings of Art & Design, 7(2).
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*, Qiara Media, Pasuruan
- Gafara, G. (2019). A Brief History of Thrifting. Retrieved from <https://ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/pop-culture/> diakses pada pada juli 2023
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., & Utami, E. F. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*, Pustaka Ilmu, Yogyakarta.

- Hengestu, N., & Iskandar, D. A. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 2(3), 363-372.
- Irawan, C. (2017). Analisis Isi Brand Identity Traveloka Melalui Iklan Televisi. *Jurnal E-Komunikasi* , 5 (2).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Jimmi,T,M,H. (2015). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel*.(Samarinda. Journal Ilmu Administrasi Bisnis). 3 (4): 923-937
- Kapferer, J. N, (2012). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*, Kogan Page, London.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) “*Marketing Management*” (Twelfth Edition), Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P., Pfoertsch, W., & Michi, I. (2006). *B2B brand management* . Springer, Berling
- M. Djunaidi Ghony ,F.A, (2012).*Metodologi Penelitian Kualitatif*, ARRuzz, Jogjakarta.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Rahmawati, A. (2022). *Thrift Shopping dan Konsumsi Fashion Kaum Muda Perkotaan Indonesia*.(Jomec Jurnal).

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Sugiyono, D. (2010). *Paham Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung
- Suciningtyas, W. (2012). *Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media komunikasi terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Analisis Manajemen*, 1 (1).
- Sundari, R. (2018). *Fenomena Thrifting di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-135.
- Syah, T. Y. R., & Yanuar, T. (2013). *Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan terhadap kualitas produk, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan di Pasar Bisnis*. Esa Unggul University.
- Ulber Silalahi, M.A, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Refika Aditama. Bandung.
- Widana, I. W., & Darma, G. S. (2018). *Branding Denpasar Smart City Guna Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 176-199.
- Widyantoro, A. O., & Wulandari, A. (2021). *Visual Branding dan Digitalisasi Media Promosi UMKM Ikat Celup Purworejo di Masa Pandemi*. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(1), 236-241.