



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
THRIFT SHOP MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA @ZRASEPATUSECOND)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**Putri Aulia Aisyah
NIM. 04020520072**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Aulia Aisyah

NIM : 04020520072

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran *Thrift Shop* melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada @zrasepatusecond)** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 11 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Putri Aulia Aisyah

04020520072


PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Putri Aulia Aisyah
NIM : 04020520072
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Thrift Shop* melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada @zrasepatusecond)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 02 Juni 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Imam Maksum, S.Ag., M.Ag
NIP. 197306202006041001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *THRIFT SHOP*
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(STUDI KASUS PADA @ZRASEPATUSECOND)

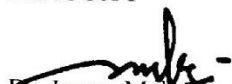
SKRIPSI

Disusun Oleh
Putri Aulia Aisyah
04020520072

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 11 Juni 2024

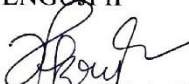
TIM PENGUJI

PENGUJI I



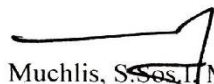
Dr. Imam Maksum, S.Ag., M.Ag
NIP. 197306202006041001

PENGUJI II



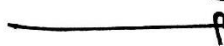
Dr. Fikry Zahria Emeraldien, S.I.Kom, MA
NIP. 198908282020122016

PENGUJI III



Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP. 197911242009121001

PENGUJI IV



Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

Surabaya, 26 Juni 2024



Dr. Moch. Choruf Anif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197010121998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Putri Aulia Aisyah
NIM : 04020520072
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : putriauli321@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Thrift Shop melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada @zrasepatusecond)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juni 2024
Penulis


(Putri Aulia Aisyah)

ABSTRAK

Putri Aulia Aisyah, NIM 04020520072, 2024. Strategi Komunikasi Pemasaran *Thrift Shop* melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada @zrasepatusecond)

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan menafsirkan bentuk strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan oleh *thrift shop @zrasepatusecond* sekaligus kendala yang dialami selama mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran pada media sosial instagram.

Dalam penelitian ini, peneliti mengaplikasikan dasar paradigma berupa pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif yang berpedoman terhadap teori bauran pemasaran 4P. Pada teknik analisis data, peneliti mempraktikkan 3 tipe, seperti reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Temuan penelitian yang didapat adalah ZRA sepatu second mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran, berupa menetapkan instagram sebagai media dalam mempromosikan produk, berupaya dalam mempertahankan nilai estetika pengambilan gambar pada *feeds* instagram, mempromosikan produk dengan menggaet salah satu akun instagram @lovesuroboyo yang mendapatkan kepercayaan publik, dan mempertahankan nilai kualitas unggul produk yang diperjualbelikan dengan harga relatif ekonomis, di bawah harga pasar kompetitor. Sedangkan kendala yang dihadapi oleh *thrift shop* ZRA sepatu second selama mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran pada instagram adalah tentang algoritma instagram yang terus mengalami pembaruan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Thrift Shop*, Media Sosial Instagram

ABSTRACT

Putri Aulia Aisyah, NIM 04020520072, 2024. Thrift Shop Marketing Communication Strategy through Instagram Social Media (Case Study on @zrasepatusecond)

The purpose of this study, namely to determine and interpret the form of marketing communication strategies implemented by thrift shop @zrasepatusecond as well as the obstacles experienced while implementing marketing communication strategies on Instagram social media.

In this study, researchers applied a basic paradigm in the form of a descriptive approach with a type of qualitative research that is guided by the 4P marketing mix theory. In data analysis techniques, researchers practice 3 types, such as data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The research findings obtained are that ZRA second shoes apply marketing communication strategies, in the form of establishing Instagram as a medium in promoting products, striving to maintain the aesthetic value of taking pictures on Instagram feeds, promoting products by hooking up one of the Instagram accounts @lovesuroboyo which has gained public trust, and maintaining the value of superior quality products that are traded at relatively economical prices, below the market price of competitors. While the obstacles faced by thrift shop ZRA second shoes while applying marketing communication strategies on Instagram are about Instagram algorithms that continue to experience updates.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Thrift Shop, Instagram Social Media

ملخص

استراتيجية الاتصالات التسويقية. 2024، NIM 04020520072، بوتري أوليا عيسية لمتجر التوفير من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام (دراسة حالة على @zrasepatusecond)

الغرض من هذه الدراسة، وهو تحديد وتفسير شكل استراتيجيات الاتصال التسويقي التي وكذلك العقبات التي واجهها أثناء تنفيذ @zrasepatusecond ينفذها متجر التوفير استراتيجيات الاتصال التسويقي على وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام.

طبق الباحثون في هذه الدراسة نموذجًا أساسيًا في شكل منهج وصفي بنوع من البحث الكيفي وفي تقنيات تحليل البيانات، مارس الباحثون 3.P الذي يسترشد بنظرية المزيج التسويقي 4 أنواع من تقنيات تحليل البيانات، مثل اختزال البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج.

وتمثلت نتائج البحث التي تم التوصل إليها في أن أحذية التوفير الثانية تطبق استراتيجيات الاتصال التسويقي من خلال اعتمادها على إنستغرام كوسيلة للترويج للمنتجات، والسعي للحفاظ على القيمة الجمالية للقطاعات الصور على إنستغرام، والترويج للمنتجات من خلال الذي اكتسب ثقة الجمهور، والحفاظ على @lovesuroboyo ربط أحد حسابات إنستغرام قيمة المنتجات ذات الجودة العالية التي يتم تداولها بأسعار اقتصادية نسبيًا، أقل من أسعار للأحذية الثانية أثناء ZRA السوق المنافسة. في حين أن العقبات التي يواجهها متجر التوفير تطبق استراتيجيات التواصل التسويقي على إنستغرام تتعلق بخوارزميات إنستغرام التي تشهد تحديثات مستمرة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الاتصال التسويقي، متجر التوفير، وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	x
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	17
A. Latar Belakang.....	17
B. Rumusan Masalah.....	20
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian.....	21
E. Definisi Konsep.....	21
F. Sistematika Pembahasan.....	25
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	26
A. Kajian Pustaka.....	26
B. Kajian Perspektif Teoretik.....	41
C. Kajian Perspektif Dakwah Islam.....	47
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	52

BAB III METODE PENELITIAN	61
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	61
B. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian	62
C. Jenis dan Sumber Data.....	62
D. Tahapan Penelitian.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
F. Teknik Validitas Data	66
G. Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Gambaran Umum Subyek Data	68
B. Penyajian Data	70
C. Analisis Data.....	80
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Rekomendasi.....	84
C. Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Logo <i>Thrift Shop</i> ZRA Sepatu Second	68
Gambar 4.2 <i>Feeds</i> Awal Instagram ZRA Sepatu Second.....	73
Gambar 4.3 <i>Feeds</i> Terbaru Instagram ZRA Sepatu Second.....	74
Gambar 4.4 Ulasan Konsumen Pada Google Maps.....	76
Gambar 4.5 Detail Informasi Produk Pada Instagram ZRA Sepatu Second	76



DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Nahariyani. “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UD. Indonesia Kita Dalam Menarik Konsumen.” Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Afad, M. Rizqi Azban. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Reresecondhand57 Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Pakaian Thrift.” Undergraduate Thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2022.
- Afad, M. Rizqi Azban, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, and Beta Puspitaning Ayodya. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Usaha Pakaian Thrift (Akun @reresecondhand57).” *Seminar Nasional Hasil Skripsi 1*, no. 01 (August 26, 2022): 1–5.
- Ali Sya’bana, Yusron, M. Yasir Nasution, and Sugianto. “Bisnis Ala Rasulullah Dalam Perspektif Pemasaran.” *At-Tijarah: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (January 4, 2023): 189–201.
- Amanah, Dita, and Dedy Ansari Harahap. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 11, no. 3 (December 11, 2018): 209.
- Amin, M. Ali Syamsuddin, and Peri Priansah. “Marketing Communication Strategy To Improve Tourism Potential.” *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 2, no. 4 (November 6, 2019): 160–166.
- Aniyati. “Implementasi Nilai Siddiq, Amanah, Tabligh, Dan Fathanah Dalam Pelayanan Nasabah Di Bmt Ugt Nusantara Capem Batu Urip Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember.” Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

- Barger, Victor A., and Lauren Labrecque. "An Integrated Marketing Communications Perspective on Social Media Metrics." SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY, May 31, 2013.
- Barroso, Alicia, and Gerard Llobet. "Advertising and Consumer Awareness of New, Differentiated Products." *Journal of Marketing Research* 49, no. 6 (December 1, 2012): 773–792.
- Batlajery, Semuel, and Marlyn E. Alfons. "Implementation of Product Model, Price, Place, Promotion In Improving Noken Sales (OAP)." *International Journal of Social Science and Business* 5, no. 1 (March 15, 2021): 149–154.
- Beno, Jose, Adhi Pratistha Silen, and Melda Yanti. "Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (PESERO) Cabang Teluk Bayur)." *Jurnal Saintek Maritim* 22, no. 2 (2022): 117–126.
- Brogan, Chris. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons, 2010.
- Dermawansyah, Muhammad, and Reza Muhammad Rizqi. "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (June 30, 2021): 47.
- Dewi, Arsy Shakila. "Pengaruh Penggunaan Website BRISIK.ID Terhadap Peningkatan Aktivitas Jurnalistik Kontributor." *Jurnal Komunika* 17, no. 2 (September 1, 2021): 1–14.
- Effendy, Erwan, Rahman Asro Bil'ibad, and Abiyyu Zhafran Khairy Panjaitan. "Komunikasi Pemasaran Perspektif Islam." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3, no. 3 (January 29, 2023): 1062–1068.
- Fadila, Nika Nencyana, Raudhotul Alifah, and Andhita Risiko Faristiana. "Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan

- Mahasiswa.” *Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan* 1, no. 3 (2023): 278–291.
- Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54.
- Fauziah, Muna, Muhyidin, Khakimatusodiqoh, and Bahrin Ali Murtopo. “Strategi Marketing Mix 4P Dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan.” *Cakrawala: Jurnal Kajian Manajemen Pendidikan Islam dan Studi Sosial* 6, no. 1 (June 28, 2022): 1–15.
- Ginting, Espayola Br. “Implementasi Digital Disruptive Technology Dalam Strategi Pemasaran Modern Terhadap Sales Bisnis Thriftshop.” Undergraduate Thesis, Universitas Pakuan Bogor, 2022.
- Haqiqi, Muhammad Hanief. “Efektivitas Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Daya Beli Followers pada Produk Body Serum di @Numyskincare.” Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Hariato, Dindra, and Aning Sofyan Sadikin. “Promosi Penjualan Thrift Shop Di Media Sosial Instagram.” *Bandung Conference Series: Communication Management* 2, no. 2 (2022): 831–837.
- Haris, Abdul, Hasrat Effendi Samosir, and Siti Hawa Lubis. “Marketing Communications As Strategy Expanding Market Share In Era 4.0.” *International Journal of Social Science and Business* 7, no. 1 (December 20, 2022): 188–198.
- Ichsan, Ichwanul. “Manajemen Produksi Siaran Berita Sepekan Radio Swara Lima Luhak 104,4 FM Kabupaten Rokan Hulu.” Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.

- Irfan. “Penafsirat Ayat-Ayat Amanah Dalam AL-Qur’an.” *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* 4, no. 2 (November 2, 2019): 113–128.
- Kennedy, John E., and Dermawan Soemanagara. *Marketing Communication: Taktik & Strategi*. 1st ed. Bhuana Ilmu Populer, 2006.
- Lengkey, Lenny Meyrin Evelyn, Debby Kawengian, and Eva Marentek. “Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Pengguna Iklan di Harian Komentar Manado.” *Journal “Acta Diurna”* 3, no. 3 (2014): 4.
- Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. 1st ed. Alfabeta, 2018.
- Mardiyanto, Doni, and Giarti. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo).” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3, no. 01 (March 27, 2019): 60–66.
- Mas’Ari, Ahmad, Muhammad Ihsan Hamdy, and Mila Dinda Safira. “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau.” *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri* 5, no. 2 (February 6, 2020): 79–86.
- Mawe, Taufik. “Etika Perdagangan dalam Al-Qur’an.” *Al - Muamalat: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (December 20, 2019): 158–174.
- Mohamad, Roni, and Endang Rahim. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah.” *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)* 2, no. 1 (April 2021): 15–26.

- Naik, Prasad A., and Kay Peters. "A Hierarchical Marketing Communications Model of Online and Offline Media Synergies." *Journal of Interactive Marketing* 23, no. 4 (2009): 288–299.
- Ningsih, Desy Dwi Sulastriya, and M. Ruslianor Maika. "Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (November 19, 2020): 693–702.
- Nurdin, Maolina. "Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Di Instagram Pada Masyarakat Surabaya." *Nomicpedia: Journal Of Economics and Business Innovation* 1, no. 2 (2021): 89–101.
- Permatasari, Amirah Shinta, Swandhika Rahmadhan, Wildan Julian Firdausy, and Heppy Lilaelsa Meidianti. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Thrift Shop Terhadap Tingkat Konsumsi Fashion Di Masa Pandemi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (April 1, 2021): 93–107.
- Prasanti, Elfira, Saifuddin Zuhri, Zainal Abidin Achmad, and Ririn Puspita Tutiasri. "Impelementasi Teori AISAS Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @stripesmestore Di Instagram." *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 5 (May 1, 2023): 3017–3022.
- Priyadarshi, Sourabh, and Prince -. "To Study the Effectiveness of Online Marketing on Integrated Marketing Communication." *International Journal For Multidisciplinary Research* 5, no. 2 (April 26, 2023): 6.
- Raihanah. "Konsep Kejujuran dalam Al-Qur'an (Studi pada Pedagang Pasar Sentral Antasari Banjarmasin)." *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Ekonomi dan Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (July 8, 2019): 160–174.

- Ramandhani, Merlinda. “Analisis Programming Acara Religi Ulama Menyapa Di TVKU Semarang.” Undergraduate Thesis, IAIN Kudus, 2020.
- Riyanti, Rian, and Aning Sofyan. “Strategi Promosi Thrift Shop (Toko Barang Bekas Pakai) Gearup Clobber Sebagai Thrift Dengan Nilai Keislaman di Media Sosial.” *Bandung Conference Series: Communication Management 2*, no. 2 (2022): 480–484.
- Rohani, Laila, M.Yoserizal Saragih, Anang Anas Azhar, and Anita Wulanie Fitri. “Marketing Communication Strategy of Online Shop to Take Advantage of Instagram Application (Case Study on Online Shop @cutrizkyhijab1).” *Konfrontasi Jurnal: Kultural, Ekonomi dan Perubahan Sosial* 8, no. 3 (September 30, 2021): 218–228.
- Rosdiana Putri Tanjung, Rosa. “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Beiersdorf Cabang Palembang (Nivea) Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Kelurahan Sako Kecamatan Sako Kota Palembang.” Undergraduate Thesis, UIN Raden Fatah Palembang, 2019.
- Rusandi and Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 2, no. 1 (June 17, 2021): 48–60.
- Sabani, Umrah Dea. “Proses Adaptasi Mahasiswa Terhadap Culture Shock (Studi Deskriptif Mahasiswa Bima Di Unismuh Makassar).” Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.
- Sembiring, Fauzan Azima, and Indira Fatra Deni. “Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Pada Pasar 18 Kota Binjai.” *Best Journal (Biology Education Science & Technology* 5, no. 2 (2022): 428–433.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, and Efendi. *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran*

Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E-Marketing. 1st ed. Andi, 2015.

Sidiq, Umar, and Moh. Miftahul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.

Suarningsih, Ni Kadek, Wahyu Budi Nugroho, and I Gusti Ngurah Agung Krisna Aditya. "Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Udayana." *Jurnal Ilmiah Sosiologi* 1, no. 2 (2022): 1–12.

Syahrina, Juwita, Nisya Siregar, and Nurhasanah Harahap. "Penelitian Tentang Instagram." *Maktabun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi* (2019): 20–26.

Ulandari, Ofiana. "Efektivitas Marketing Mix 4P Terhadap Penjualan BUMDes 'Sumber Rejeki' Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 4, no. 1 (2023): 183–195.

Wardaya, Marina. "Marketing Communication Strategy Through Social Media to Increase Children Book Sales." *The Winners* 17, no. 2 (September 30, 2016): 155–163.

Wulandari, Olivia, Rina Juwita, and Annisa Wahyuni Arsyad. "Komunikasi Pemasaran City Centrum Mall dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung." *e-Journal Ilmu Komunikasi* 11, no. 4 (2023): 26–35.

Yudha, I Made Rangga Pastika Ari, and Ni Nyoman Yulianthini. "Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja." *Bisma: Jurnal Manajemen* 8, no. 2 (31 2022): 438–446.

Yusanto, Muhammad Ismail, Muhammad Karebet Widjajakusuma, and Dadi M. Hasan Basri. *Menggagas Bisnis Islam*. Gema Insani, 2002.

Yusra, Zhahara, Ruffran Zulkarnain, and Sofino. "Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19." *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (June 9, 2021): 15–22.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A