

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, D, Mahyuzar., (2018), Penggunaan Hashtag Sebagai Varian Promosi Produk Pada Media Sosial Instagram. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3. No.2.
- Aliansyah, M. R, Ali, D. S. F., (2017), Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew) E-Proceeding Of Management Vol. 4. No.3.
- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". Business Horizons 53 (1). p.61.
- Christian, Sukendro, G.G., (2019), Kreatif Hashtag (analisis deskriptif makna penggunaan hashtag pada iklan Tokopedia #mulaiajadulu di youtube). Jurnal Prologia, Vol. 3. No.1, p 54-59.
- Creswell, W. John. (2013). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Handayani, Desy, Hermawan Kartajaya, Andrizal, Anthony Darmaja, Ryan Fachry Nasution, Ardhi Ridwansyah, (2010), Brand Operation. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Management 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kusuma, D. F, Sugandi, M. S., (2018), Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. Jurnal Manajemen Komunikasi Vol. 3. No. 1.

- M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mustofa, (2019). Peran *Hashtag* (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan, *Jurnal Libraria*, Vol, 7. No. 1.
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari, (2011), *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Neuman, W. Lawrence. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Noprianto, E dan Prakoso, A. A (2019). Pengaruh Hashtag pada akun Instagram perpustakaan Universitas Gadjah Mada. *Journal of library and information science*. *EduLib*, Vol. 9 (1).
- Puntoadi, Danis, (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, PT Elex Komputindo, Jakarta.
- Sitanggang, March Hot Asi. Juli (2018). Memahami Mekanisme Crowdfunding Dan Motivasi Berpartisipasi Dalam Platform Kitabisa.Com. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Vol 23, No 3.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.