

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. *Building Strong Brands*. New York: Free Press Aaker, David A. 2004. *The Relevance of Brand Relevance*. Dan Page. Amin, Shehzad. 2006. *Brand activation model: Marketing Management & Research Consultant*. Pakistan: national university of science and technology.
- Bungin, Burhan. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Creswell, John W. 2002. *Research Design, Qualitative & Quantitative Approaches*. Jakarta: KIK Press.
- Curse, D. Alan. 2004 and Croft, William. 2004. *Cognitive Linguistics*. United Kingdom: The University Press, Cambridge.
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Waldemar Pfoertsch. 2006. *B2B Brand Management: Dengan Branding Membangun Keunggulan dan Memenangkan Kompetisi*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T.A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga.
- Winardi. 2008. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Yin, Robert K. 2011. *Qualitative Research from Start to Finish*. New York : The Guilford Press.

Asmara, Dani (2013). Pengembangan Keterampilan Sosial Bagi Calon Guru, Universitas Pendidikan Indonesia.

Harista, Ajeng (2015). "Analisis Strategi Pengembangan Nilai Merek UKM "Duo Langit" (Pendekatan *Branderpreneurship* Framing Analysis). Universitas Bakrie.

Syaiful, Muhammad (2016). Transformasi Pola Pikir Dari Mitra Bisnis Waralaba ke Pemilik Merek Sendiri: Kajian Kewirausahaan Berbasis PengembanganMerek. Universitas Bakrie.

Wijaya, Bambang Sukma & Mirana Hanathasia (2012). Analisis *Branderpreneurship* Pada UKM Perawatan Kecantikan: Kasus Salon “Waxing Corner”. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis II*, Jakarta

Wijaya, Bambang Sukma (2014). *How Branderpreneurship Spirit Can Stimulatean SME Brand Growing Faster. European Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 27, hal. 165-173

Wijaya, Bambang Sukma (2015). Mata Kuliah Metode Penelitian Kualitatif. Universitas Bakrie.

Wijaya, Bambang Sukma, dan Ahmad Hidayat Sutawidjaya (2015). Planted With Word-Of-Mouth, Flourished With Social Media Communications: How

A Small Business *Brand* In Indonesia Grows Globally In The ‘Land’ Of

Branderpreneurship. Vol. 13, No. 5, (2015): 3393-3408.

Wijaya, Bambang Sukma, Suharyanti, Mirana Hanathasia, Dessy Kania (2016). Synergizing Entrepreneurial Spirit and the Mindset of *Branding* Through *Branderpreneurship*: Evidences from Indonesia. *Social Sciences*, Vol. 11, No.2, hal. 129-138.

Mix Marketing Communications. Edisi 10/XIII/20 Oktober – 18 November 2016