

## DAFTAR PUSTAKA

- Tama, Angki Adi. (2010). Faktor-Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi *Entrepreneur*. Universitas Diponegoro.
- Alma, Buchari. Dan Hurriyati, Ratih. (2008). Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima. Bandung: Alfabeta.
- Asih, Imalia Dewi. (2005). Fenomenologi Husserl ; Sebuah Cara “Kembali Ke Fenomena”. Jurnal Keperawatan Indonesia.
- Basrowi, Muhammad. (2004). Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma. Surabaya. UK Press
- Brent, D. Ruben dan Lea P. Stewart. (2013). Komunikasi dan Perilaku Manusia. PT RajaGrafindo Persada : Jakarta.
- Bosma, N. (2011). *Entrepreneurship and Role Models. Tinbergen Institute.*
- Burhanuddin. (2014). Fotografi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Creswell, J. (2017). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran.* Yogyakarta.: Pustaka Pelajar.
- Em, Griffin. (2012). *A first look at communication theory. New York: McGraw-Hill Companies.*
- Feriyanto, A. (2015). Komunikasi Usaha. Pustaka Baru Press.
- Fiske, John. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga (cetakan pertama). PT.Raja Grafindo Persada : Jakarta



- Hartanti. (2008). "Manajemen pengembangan kewirausahaan (*entrepreneurship*) siswa SMK 4 Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kriyantono, R. (2014). *Riset Komunikasi*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Kuratko, D. F. (2003). *Entrepreneurship education: Emerging trends and Challenger for the 21st century.* "Coleman Foundation White paper Series for the US Association of small business and entrepreneurship.
- Kuswarno, E. (2013). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, S. W. F. K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publication, Inc.
- Little Jhon, (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maghvira, G. (2017). Implementasi Konsep Diri Pada Kelompok Gemes (Gemuk Menawan Semarang). *Fakultas Ilmu Komunikasi Unissula*.
- Moefad. (2007). *Perilaku individu dalam masyarakat kajian komunikasi sosial*. Press Fakultas Dakwah IKAHA.
- Moerdiyanto. (2010). Asesmen Kompetensi Kewirausahaan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Provinsi Kalimantan Selatan. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT : Remaja Rosdakarya.
- Mustari, Mohamad. (2014). *Nilai Karakter Refleksi untuk Pendidikan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Nasution, Arman Hakim. 2007. *Entrepreneurship membangun spirit teknopreneurship*. Yogyakarta: Andi Offset.

Rakhmat, Jalaludin. (2008). Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa.

Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.

Ritzer George dan Douglas J Goodman. (2009). Teori Sosiologi.

KreasiWacana: Yogyakarta

Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan bermanfaat Melalui

Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Fakultas Ekonomi, Universitas  
Methodist Indonesia.*

Rustiadi, E. Dan S.Pranoto (2007). Agropolitan Membangun Ekonomi  
Perdesaan. Crespent Press : Bogor.

Sumadiria, AS. Haris. (2014). Jurnalistik Indonesia. Simbiosis Rekatama  
Media: Bandung.

Supardi, dan Anwar, S. (2004). Dasar-dasar Perilaku Organisasi, Yogyakarta  
: UII Press.

Suprpto, Haddy. (2017). Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah.  
Gosyen Publishing : Yogyakarta.

Suryana. (2006). Kewirausahaan pedoman praktis, kiat dan proses menuju  
sukses. Salembat Empat ; Jakarta.

Suryana. (2013). Ekonomi Keatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan  
Peluang. Salembat Empat : Jakarta.

Thoha, M. (2016). Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. PT.  
RajaGrafindo Persada.

Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss. (2005). *Human Communication: Konteks-  
Konteks Komunikasi*, Editor Deddy Mulyana. Remaja Rosdakarya:  
Bandung.

Yaumi, Muhammad. (2014). Pendidikan Karakter Landasan Pilar dan

Implementasi. Jakarta: Prenadamedia Group.

Yohanes. (2018). Hubungan Antara Pengalaman komunikasi Kepala Daerah Dengan Citra Publik Dan Ekpektasi Publik. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media.

