

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah & Hasan, Effendi. (2020). Strategi Marketing Politik Azhar Abdurrahman dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRA Periode 2019-2024. *Journal of Political Sphere (JPS)*. Volume 1, Issue 1, Juni 2020 Hlm. 1–10. Melalui: <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JPS/article/viewFile/19155/13283>
- Andrias, Ali & Nurohman, Taufik. (2013). “Partai Politik Dan Pemilukada (Analisis Marketing Politik dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya)”. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, Vol. 1 Nomor 3, Juli 2013. Hlm. 352-372.
- Arikunto (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bigi, A (2017). “Political Marketing: Understanding and Managing Stance and Brand Positioning”. *Doctoral Thesis In Industrial Marketing Stockholm, Sweden 2017*.
- Butler, P., Collins, N., & Butler, P. (2006). *Payment on delivery Recognising Constituency Service as political Marketing*. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1026–1037.
- DPP PKB, 2019. *Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Pasal 5*. Jakarta: Sekretariat Jenderal DPP PKB.
- Fajri, I. Nurul (2018). “Sikap Masyarakat Terhadap Partai Politik Islam (Studi Kasus Kelurahan Korpri Jaya, Kecamatan Sukrame, Kota Bandar Lampung)”. Skripsi. *Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung*.
- Firmanzah (2008). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gustiarto, R. Yudi. (2020). “Strategi Peningkatan Perolehan Suara Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilu Legislatif 2019 di Provinsi Lampung”. Skripsi. *Ilmu Ushuluddin Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Hamonangan, G (2018). “Strategi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dalam Memenangkan Calon Kepala Daerah yang Diusungnya di Kabupaten Padang Lawas Utara”. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman Vol. 03 No. 2 Desember 2017*.
- Hidayat, Asep Tofiq (2018) *POLITICAL MARKETING PILKADA SERENTAK 2015 KABUPATEN SLEMAN Studi Kasus: Strategi Pemenangan Pasangan Calon Sri Purnomo dan Sri Muslimatun*. Other thesis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Ilham, M (2019). “Memilih Pemimpin Non Muslim di Negara Mayoritas Muslim (Perspektif DPD PKS Kota Bandar Lampung)”. Skripsi. *Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Jain, A., Kumar, A., & Dash, M. K. (2015). *Information technology revolution and transition marketing strategies of political parties : Analysis through AHP*. *Business Information Systems*, 20(1), 71–94.

- Khasanah, F. Arum (2015). “Nilai Keislaman dan Pragmatisme Politik dalam Rekrutmen Caleg PPP Pada Pileg 2014”. Skripsi. *Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- KPU Samosir, (2019). “Susunan dan Keanggotaan DPRD Kabupaten Samosir 2019-2024” diakses dari <https://samosirkab.go.id/wp-content/uploads/2018/08/DPRD-Rev1.pdf> pada tanggal 4 Oktober 2021 pukul 17.23 WIB.
- Kusnandar, V. Budi, (2022). “Sebanyak 86,93% Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 31 Desember 2021” diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/12/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-31-desember-2021> pada tanggal 10 April 2022 pukul 13.10 WIB.
- Lees-Marshment, Jennifer (2019). *Political Marketing: Principles and Applications*. London: Routledge.
- Lock & Harris (1996). “Political marketing – vive la différence!” *European Journal of Marketing*, Vol. 10 No. 11.
- Miles, Huberman dan Saldana, (2014). *Analisis Data Kualitatif*. UI – Press, Jakarta.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Augustinus Buche Pati. (2018). “The Influence Of Political Marketing on Voter Decisions In The Election of Candidate Governor and Candidate Vice Governor of North Sulawesi Province In 2015 (Study on Voters of Urban and Rural Areas In North Sulawesi Province” *International Journal of Humanities and Social Science Invention (IJHSSI)* 7.2 (2018): PP 46-51.
- Perdana, I. Hary (2012). “Political Marketing Partai Politik Baru Menuju Pemilu 2014. Studi Kasus: Strategi Pemenangan Partai NasDem”. Tesis. *Universitas Indonesia*.
- Pratama et al (2021). “Political Marketing on Legislative Elections in Indonesia: Case Study in Central Bengkulu”. Artículos. *Revista Internacional De Filosofía Y Teoría Social Cesa-Fces-Universidad Del Zulia. Maracaibo-Venezuela ISSN 1316-5216 / ISSN-E: 2477-*
- Rini, E. S. (2012). *Peran Pemasaran Politik dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih*. Jurnal Ekonom, 15(4), 179–195.
- Rini, Nor Indah Sapto & Arief Budiman. (2020). Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi *Voting Intention* Generasi Milenial pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2019. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan (JSMK)*. Vol. 4. No.1 (Maret 2020), Hal. 11 – 2. ISSN: 2597-467X, Melalui: <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Simandjuntak, Deasy (2012). “Gifts and Promises: Patronage Democracy in a Decentralised Indonesia”. *European Journal of East Asian Studies* 11(1):99-126.
- Sitorus, D. Setya (2020). “Strategi Pemenangan Calon Legislatif Perempuan pada Pemilihan Legislatif Provinsi Sumatera Utara Tahun 2019”. Skripsi. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Sofyan, Imam (2015). “Political Marketing and Its Impact on Democracy”. *Communication Sphere*. Vol. 1. No.1 November 2015.

- Sugiono, A. (2009). “Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Memilih Dalam Pemilu Presiden Dan Wakil Presiden Ri 2004 Putaran Pertama Dari Perspektif Political (Survei Di Desa Woro, Kecamatan Kepohbaru, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(6), 547–566.
- Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarso, Joko. (2011). Pendekatan Pemasaran Politik (*Political Marketing*) dalam Pemilihan Umum. *KomuniTi*, Vol. I No.1 Juli 2011 Hlm. 1-11.
- Sutopo (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Wring, D. (1997). *Marketing in British election campaigns: an overview*. Working paper presented at the British Academy of Management Conference, University of Lancaster.