

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- APJII (2017). *Penetrasi Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2017*. APJII.
- BPS RI. (2018). *Statistik Indonesia: Statistical Yearbook Of Indonesia 2018*. BPS. RI.
- Firmanzah (2007). *Marketing politik antara pemahaman dan realitas*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Firmanzah, (2011). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Heywood, A. (2014). Politik, edisi keempat. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitati Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (1998). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nursal, A. (2004). Political Marketing. *Strategi Memenangkan Pemilu*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, P. (2005). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono, P. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.

**Jurnal:**

Azis, A. U. (2017). Analisa Marketing Politik Kemenangan Anies-Sandi Pada Putaran Kedua Pemilihan Gubernur Dki Jakarta 2017-2022. *Jurnal Signal*, 5(2).

Baines, P. R., Harris, P., & Lewis, B. R. (2002). The political marketing planning process: improving image and message in strategic target areas. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(1), 6-14.

Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: Influences and features. *Political communication*, 16(3), 209-230.

Bannon, D. P. (2005). Internal marketing and political marketing. *Paisley Business School, University of Paisley, PSA*.

Damayanti, N., & Santoso, P. Y. (2017). Strategi Marketing Politik Pasangan Jokowi–Jusuf Kalla pada Pemilihan Presiden 2014. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 1(1).

Harrop, M. (1990). Political marketing. *Parliamentary affairs*, 43(3), 277-291.

Johansson, V. (2010). Political Marketing and the 2008 US Presidential Primary Elections: MBA-thesis in marketing.

- Johnson, Dennis W (2008). *Routledge handbook of political management*, Taylor & Francis e-Library, UK
- Kotler, P. (1999). Political Marketing-Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes. In *Handbook of political marketing*. Sage Publications.
- Lock, A., & Harris, P. (1996). Political marketing-vive la difference!. *European Journal of marketing*, 30(10/11), 14-24.
- Lilleker, D. G., & Lees-Marshment, J. (Eds.). (2005). *Political marketing: A comparative perspective*. Manchester University Press.
- Lees-Marshment, J. (2014). *Political marketing: Principles and applications*. Routledge.
- Newman, B. I. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured images*. Sage Publications.
- Nohlen, D., & Sección de obras de política y derecho. (1998). *Sistemas electorales y partidos políticos* (Vol. 2). México: Fondo de Cultura Económica
- Power, T. P. (2018). Jokowi's authoritarian turn and Indonesia's democratic decline. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 54(3), 307-338.
- O'cass, A. (1996). Political marketing and the marketing concept. *European Journal of Marketing*, 30(10/11), 37-53.
- O'Cass, A. (2001). Political marketing-An investigation of the political marketing concept and political market orientation in Australian politics. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1003-1025.

- Scammell, M. (2007). Political brands and consumer citizens: The rebranding of Tony Blair. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 176-192.
- Thongteerapharb, W. (2014). A Study on Thai Voters' Attitude towards Political Marketing and Branding: A Case of The Democrat And Pheu Thai Parties, Thailand. In *Faculty of Management Science, Silpakorn University. Thailand The 2014 WEI International Academic Conference Proceedings. Budapest, Hungary*.
- Wring, D. (1997). Reconciling marketing with political science: theories of political marketing. *Journal of Marketing Management*, 13(7), 651-663.
- Waschkuhn, A. (2007). Robert A. Dahl, Polyarchy: Participation and Opposition, New Haven 1971. In *Schlüsselwerke der Politikwissenschaft* (pp. 86-88). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**Peraturan Perundang-Undangan:**

- Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor : 535/Kpts/KPU/2014 Tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Perhitungan Perolehan Suara dan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.
- Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor : 1185/PL.01.9-Kpt/06/KPU/VI/2019 Tentang Penetapan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Terpilih dalam Pemilihan Umum Tahun 2019.

Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor : 987/PL.01.8-KPT/06/KPU/V/2019 Tentang Penetapan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, Anggota Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota Secara Nasional dalam Pemilihan Umum Tahun 2019.

Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor : 860/Pl.02.1-Kpt/01/KPU/IV/2019 Tentang Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap Dalam Negeri dan Luar Negeri Hasil Perbaikan Ketiga Tingkat Nasional Pemilihan Umum Tahun 2019.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

**Media Massa:**

CNN Indonesia. 20 Desember 2018. Profil Prabowo Subianto-Sandiaga Salahuddin Uno. hlm. 1.

Kompas. 22 Juli 2014. Ini Hasil Resmi Rekapitulasi Suara Pilpres 2014. hlm. 1.

Kompas. 9 Mei 2014. Disahkan KPU, Ini Perolehan Suara Pemilu Legislatif 2014. hlm. 1.

Kompas. 31 Desember 2017. Tahun 2017 Adalah Tahun Kemenangan Anies Dan Sandi. hlm. 1.

Kompas. 13 Agustus 2018. Cawapres Pendamping Prabowo Subianto. hlm. 1.

Kompas, 8 Februari 2019. Target Pertumbuhan Ekonomi 7 Persen Jokowi Tak Tercapai, Apa Sebabnya?. hlm. 2.

Kompas, 11 Februari 2019. Relawan Milenial Deklarasi Dukungan untuk Prabowo-Sandiaga. hlm. 2.

Tempo, 16 September 2018. Prabowo Tandatangani Fakta Integritas Ijtima Ulama II. hlm. 1.

Tempo, 19 November 2018. Roemah Djoeng Bekas Markas Anies Kini Menjadi Markas Relawan Prabowo-Sandiaga. hlm. 2.

Tempo, 2 Februari 2019. Prabowo Bercerita Riuhnya Relawan Emak-Emak. hlm. 3.