

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Arifin, Anwar. (2006). *Pencitraan dalam politik*. Jakarta: pustaka Indonesia.
- Budiardjo, Miriam. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bourdieu, Piere. (1990). *In Other Words: Essays Towards a Reglexive Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Piere. (1990). *The Logic of Practice*. California: Atanford University Press.
- Bourdieu, Piere. (1996). *The Rule of Art, Genesis and Structure of the Literary Field*. Trans By Susan Emanuel, Cambridge: Polity Press.
- Creswell, John W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Damanik. Ali Said. (2002). *Fenomena Partai Keadilan Transformasi 20 Tahun Gerakan Tarbiyah di Indonesia*. Jakarta : Penerbit Traju.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Firmanzah. (2008). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Reformasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- H. B, Widagdo. (1999). *Managemen Pemasaran Partai Politik Era Reformasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hadi, Sutrisno. (1989). *Metodologi Research Jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Idrus M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Inu, Syafif kencana dan Ashari. (2005). *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: PT. Refika aditama.
- Kotler, Philip and Eduardo L. Roberto (1989). *Social Marketing : Strategies for Changing Public Behavior*. London : Collier Macmillan Publisher.
- Kotler, Philip and Neil Kotler. (1999). *Political Marketing - Generating Effective Candidates, Campaigns, and Causes*. dalam Handbook of Political Marketing, edited by Bruce Newman, Thousand Oaks, CA: Sage.
- L. J. Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Machmudi, Yon. (2005). *Partai Keadilan Seiahtera: Wajah Baru Politik Islam Indonesia*. Bndung: Harakatuna Publishing.
- Moeleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Kencana.
- Nursal, Adman. (2014). *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*. Jakarta, Gramedia.

Saefudin Ma'mun, A. (2009). *Citra Indonesia Di Mata Dunia: Gerakan Kebebasan Informasi dan Diplomasi Publik*. Bandung: Asosiasi Ilmu Politik Indonesia (AIPI) Bandung.

Sekretariat DPP Partai Keadilan. 1998. *Sekilas Partai Keadilan*. Jakarta: DPP Partai Keadilan.

Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sudarto. (1997). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suyanto, Bagong dan Sutinah. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Ware, Alan. (1995). *Political Parties and Party Systems*. USA :Oxford University.

Webb, Jen., Tony Schirato, and Geoff Danaher, (2002). *Understanding Bourdieu*. Australia: Allen&unwin.

Referensi Jurnal

Anugerah, Dadan. (2011). *Marketing Politik: Urgensi dan Posisinya Dalam Komunikasi Politik*. Jurnal Ilmu Dakwah. 5 (3) 575-598.

Chabibi, Muhammad. (2020). *Polemik Marketing Politik Antara Image Dan Subtansi*. Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi). 5 (1) 1 – 23.

- Djuyandi, Yusa., Moh. Ikhsan Kurnia., dan Arief Hidayat. (2022). *Citra Partai Islam Dalam Fragmentasi Politi di Ajang Pemilu 2019*. JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora. (6) 2 495 – 507.
- Hamad, Ibnu. 2008. *Memahami Komunikasi Marketing politik*. Jurnal Komunikasi. 9 (1) 147-162.
- Hamid, Rahmad Solling dkk. (2022). *The Role of Social Media in the political involvement of millenials*. Spanish Journal of Marketing - ESIC. 26 (1) 61 – 79.
- Henneberg. (2003). *Generic Function Of Political Marketing Management*. Working Paper Series University of Bath School of Management, United Kingdom.
- Irsat (2022). *Peran Modalitas Dalam Pemasaran Politik Syamsari Kitta Dan Achmad Daeng Se're Dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Takalar Tahun 2017*. Gema Kampus” IISIP YAPIS Biak. 7 (1) 33 – 45.
- Kango, Andries. (2014). *Marketing Politik Dalam Komunikasi Politik*. Jurnal Farabi. 11 (1) 52 – 65.
- Kharim, Achmad Gufron. (2017). *Strategi Pemasaran Politik (Political Marketing) DPC Partai Gerindra Kota Semarang Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014*. Journal of Politic and Government Studies. 6 (4) 1 – 19.
- Lock, A dan Harris P. (1996). *Political Marketing*. Vive la Difference: European Journal of Marketing. 30 (10) 14-24.
- Maryani, Dedeh. (2013). *Strategi Marketing politik Dan Faktor-Faktor Yang Perlu Mendapat Pertimbangannya*. Jurnal Ilmu Pemerintahan Widyaprajavol. 39 (2) 4.
- Nuraeni, Neni dan Ade Djuhana. (2019). *Pola Rekrutmen Dan Pembinaan Kader Partai Keadilan Sejahtera*. Varia Hukum. 1 (2) 155-166.

Saputra, Ainul Yaqin Tirta. (2021). *Marketing Politik Partai Gerindra dalam Pemilihan Legislatif 2019 di Kabupaten Gresik*. Jurnal Indonesia Sosial Sains. 2 (4) 500 – 508.

Sipa, Amar Muhyi Diinis. (2021). *Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia*. Jurnal Kajian Islam Interdisipliner. 6 (2) 150-162.

Sulthan, Muhammad. (2011). *Komunikasi Marketing politik Elite PKS Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 7 (1) 53 – 67.

Susanti, Dewi. (2019). *Strategi Politik Partai Koalisi Dalam Kemenangan Pasangan Citra Duani Dan Effendi Ahmad Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten kayong Utara Tahun 2018*. ASPIRASI: Jurnal Ilmu Politik. 7 (4) 1 – 20.

Wijayanti, Septi Nur dan Kelik Iswandi. (2021). *Peran Organisasi Sayap Partai Politik dalam Kaderisasi Partai Politik di Indonesia*. SASI. 27 (4) 475 – 491.

Wring, D. (1997). “*Reconciling Marketing With Political Science, Theories of Political Marketing*”. Journal of Marketing Management. Vol 13, pp. 651-663.

Referensi Internet

Lembaga Survei Indonesia. (2022). *Survei dan Publikasi Lembaga Survei Indonesia*. <https://www.lsi.or.id/survei-dan-publikasi-lsi>. Diakses pada tanggal 11 September 2022.

Dewan Pengurus Pusat Partai Keadilan Sejahtera. (2022). *AD/ART Partai Keadilan Sejahtera*. diakses <https://pks.id/>. Diakses pada tanggal 12 September 2022.

Referensi Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Partai Politik.