

DAFTAR REFERENSI

- A Syamsir dan Muslim Mufti. 2016. *Pembangunan Politik*. CV. Pustaka Setia. Bandung.
- Ahmad Sahroni et al (2019) “Politik Tanpa Mahar”:Semiotika Jargon Komunikasi Partai Nasional Demokrat Di Era Demokrasi Biaya Tinggi Jurnal SEMIOTIKA Vol.13 (No. 2) : no. 146 - 152. Th. 2019
- Andi Muhammad SR, Ridho Al-Hamdi, dan Bachtiar Dwi K. 2020. Strategi Kampanye Partai Nasioanalis: Pengalaman Partai Nasdem Pada Pemilu 2019. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. *Jurnal Politik Profetik* Vol8, No. 1, 2020. <https://www.researchgate.net/>
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Bedjo Sukarno. 2016. *Pendidikan Politik dalam Konteks Demokrasi*. Graha Ilmu. Surbakti. Yogyakarta.
- Butler, P dan Collins, N. 2001. Payment on Delivery: Recognising Constituency Service as Political Marketing. *European Journal of Marketing*.
- Chelsy Yesicha. 2018. Strategi Komunikasi “Politik Tanpa Mahar” kaderisasi Partai Nasional Demokrat Wilayah Riau. Universitas Riau. *Jurnal Commuiverse (CMV)* Vol 5 No 1 (2018) <https://www.researchgate.net/>
- Democratization in the Late Twentieth Century (1991) (Alih Bahasa: Asril Marjohan). Jakarta.
- Dewi Haroen. 2014. *Personal Branding*. PT Gramedia. Jakarta.
- Efriza dan Yoyoh. (2015). *Pengantar Ilmu Politik*. Intrans Publishing. Malang.
- Fazar Kurniawan, (2018), *Budaya Politik Sehat Menurut Partai Politik Untuk Meningkatkan Elektabilitas Partai Politik Di Kota Bandung (Studi Deskriptif DPC PDIP, DPD NASDEM, dan Masyarakat Kec.Babakan Ciparay & Astana Anyar Bandung)*, Skripsi.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Firmanzah. 2012. *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunter Schweiger dan Michaela Adami dalam *Lingkaran Survei Indonesia (LSI)*, Op. Cit. hlm. 2
- Hafied Cangara. 2014. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Hayes, B.C dan McAllister, I. 1996. Marketing Politics to Voters: Late Deciders in the 1992 British Election”. *European Journal of Marketing*.

- Helsi Dinafitri. 2020. Evaluasi Program Sosial Responsibility (SR) Partai Politik Nasdem Periode 2017-2020 (Studi Kasus Politik Tanpa Mahar dalam membangun reputasi Partai). Thesis – Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina Jakarta. <https://www.academia.edu/>
- Huntington, S. P. 1995. *Gelombang ketiga Demokrasi*. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Ilham Ishartono. 2020. Kapitalisasi Keluarga pendopo dalam Pemasaran Politik Partai Nasdem Pada Pemilu legislatif 2019 Di Kabupaten Blora. Universitas Diponegoro Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, Vol. 9, No. 04, 2020. <https://ejournal3.undip.ac.id/>
- Joni Firmansyah. 2020. Strategi Pemasaran Politik Asaat Abdullah Dalam Pemilu Legislatif Provinsi NTB Tahun 2019. *Jurnal Trias Politika*, Vol 4. No.2, 2020. <https://journal.unrika.ac.id/>
- Kamus Ilmiah Populer Edisi Lengkap. 2006. Gitamedia Press. Surabaya.
- Lovita, E., Sudarma, M., Baridwan, Z., & Roekhudin, R. (2020). Ethnomethodology Study: Employee Loyalty as a Strategy for Building Internal Control in Retail Business. *Proceedings of the Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2019)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.026>
- Miriam Budiarto. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Miriam Budiarto. 2013. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Nyarwi Ahmad. 2012. *Manajemen Komunikasi Politik & Marketing Politik*. Pustaka Zaman. Yogyakarta.
- O'Shaughnessy, N. 2001. *Competitive Marketing: A Strategic Approach*. Clays Ltd, St. Ives Plc. London.
- Paramita, P. D. 2017. *Keterkaitan Antara Politik dan Kekuasaan dalam Organisasi*. PT Refika Adhitama. Bandung.
- Pardoman, Adji Suradji dan Nazaki. 2019. Strategi Parta Nasdem Dalam Pemenangan Pemilu Tahun 2019 Di kota Tanjung Pinang (Studi: Pemilihan Legislatif DPRD Kota Tanjung Pinang), 2022, Universitas Maritim Raja Ali haji. *Student Online Jurnal* Vol: 3, No: 1, 2022 <https://soj.umrah.ac.id/>
- Partanto, Pius dan Dahlan Al-Barry, M. 2006. *Kamus Ilmiah Populer*. Arkola, tt. Surabaya.
- Primus Adeodatur Latu Batara, Guntur Freddy Prisanto , Niken Febrina Ernungtyas, Irwansyah, Safira Hasna MetaCommunication. 2020. Strategi Komunikasi pemasaran Politik Pada Pemilu Legislatif Universitas Indonesia. *Journal of Communication Studies*, Vol. 5, No. 2, 2020. <https://www.academia.edu/>
- Ramlan Subakti. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. PT Grasindo. Jakarta.
- Rhenald Kasali. 2017. *Self Disruption*. PT Gramedia. Jakarta.

- Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tabroni, Roni. 2014. *Marketing Politik*. Graha Ilmu. Yogyakarta.