

DAFTAR PUSTAKA

- Alie, Marzuki. (2013). *Pemasaran Politik di Era Multi Partai*. Jakarta: Penerbit Expose.
- Decker, Rebecca A. (2015). 'Dimensions of American Presidential Candidate Brand Personality', Dissertation.
- Capelos, Tereza. (2010), *Feeling the Issue: How Citizens' Affective Reactions and Leadership Perceptions Shape Policy Evaluations*. *Journal of Political Marketing*, 9:9-33.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmanzah. (2008). *Mengelola Partai Politik – Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Firmanzah. (2010). *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2012). *Business Research Method*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hair, Joseph F.Jr, Ralph R. Anderson, Ronald Tatham, William C. Black. (2006) *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Ikhsan, Ridho Bramulya & Muchsin Saggaff Shihab (2010), *Political Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Lampung*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol. 8 No. 16 Desember 2010.
- Irawan D., Handi. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Gbadeyan, R.A.. (2011). *Political Marketing Strategies and Democracy in Nigeria*. *Asian Journal of Business Management* 3(1): 8-17.
- GM., Sidarta. (2008). *Strategi Pemenangan Dalam Pemilihan Langsung*. Jakarta: Kalam Pustaka.
- Jasim, Mahmud dan Mohammad Hamdi Al Khasawanch. (2013). *Basic Criteria for the Success of the Electoral Candidates and their Influence on Voters' Selection Decision*. *Advances in Management & Applied Economics*, Vol.3, No.3, 105-127.
- Kaleli, Sumru & A. Husrev Eroglu (2016), *The Impact of the Images of the Political Leader on the Party Image and Voter Preferences during the Process of Political Marketing-Istanbul Province Sample*. *International Refereed Academic Social Sciences Journal, Issue 21*.

- Kompas. (2014). *Disahkan KPU, Ini Perolehan Suara Pemilu Legislatif 2014*. (Online). Available at: <http://nasional.kompas.com/read/2014/05/09/2357075/Disahkan.KPU.Ini.Perolehan.Suara.Pemilu.Legislatif.2014>
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kumar, Amit, Somesh Dhamija, & Aruna Dhamija. (2016). *The Changing Paradigm of Modern-Day Politics: A Case of Political Branding and its Indian Connect*. NMIMS Management Review Volume XXX June 2016.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Malhotra, Naresh K. (2010). *Riset Pemasaran-Pendekatan Terapan*. Jakarta: Indeks.
- Mulyadi, M. (2014). *Metode Penelitian Praktis: Kuantitatif & Kualitatif*. Jakarta: Publica Intitute.
- O’Cass, Aron. (2001). *Political Marketing – An Investigation of the Political Marketing Concept and Political Market Orientation in Australian Politics*. European Journal of Marketing Vol. 35, No. 9/10, pp. 1003-1025.
- Pahlevi, Indra. (2015). *Sistem Pemilu di Indonesia-Antara Proporsional dan Mayoritarian*. Jakarta: Azza Grafika.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Rini, Endang Sulistya. (2012). *Peran Pemasaran Politik dalam Mempengaruhi Keputusan Pemilih*. Jurnal Ekonom, Vol 15, No 4, Oktober 2012.
- Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sarjono & Julianita. (2011). *SPSS VS LISREL-Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Simbolon, Freddy. (2016). *Political Marketing Mix in Indonesia Parties*. Binus Business Review; 7(1), 103-107.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen-Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto & Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa-Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar Jasa*. Jakarta: CAPS.
- Supranto, J. (2014). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandi. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wangge, Vincent. (1999). *Direktori Partai Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Permata Media Komunika.

Widagdo, Badjoeri. (2004). *Manajemen Pemasaran Parpol Menangkan Pemilu 2004*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung Tbk.

Widagdo, Suwignyo, Armanu, Noermijati, & Rofiaty (2014), *Effect of Political Marketing Mix on Constituents Behavior in Selecting Candidates and Political Parties: Theoretical Studies in Legislative Elections*. www.ijbmi.org Volume 3 Issue 10, pp.47-54.

Wijanto, Setyo Hari (2008). *Structural Equation Modelling dengan LISREL 8.8 : Konsep dan Tutorial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Zeigler, Harmoni. (1996). *Political Parties in Industrial Democracies*. Illinois: F.E.Peacock Publishers, Inc.

