

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Adhim, M. J. (2024). The Effect of Political Marketing Mix Perception, Brand Personality and Endorser Use on The Decision to Select Legislative Members, Using Brand Image Perception Intervening Variables.
- Adhim, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Coffee Shop Starbucks Malang).
- Adwishanty, P. R. (2019). Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Dalam Target Pasar Politik Generasi Millennial. 6-11.
- Angreni, T. (2020). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Papan Nama, Media Massa Lokal, dan Potongan Harga Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan TinggiBuddhi , Karawaci, Tangerang. 36.
- Dian Herdiana Utama, R. P. (2019). Political Marketing Mix Dalam Keputusan Memilih Maha-siswa UPI Pada Pilgub Jabar 2018. 3-4.
- Fajar Setyaning Dwi Putra, D. A. (2022). *Marketing Politik (Teori dan Konsep)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Firmanzah, P. (2012). *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Jakarta: Grafindo.
- Guruh Leo Wibowo, D. H. (2022). The Influence of Political Marketing Mix Strategy on The Decision to Choose (Survey on First Voter in Lampung Province). *Administrativa*.
- Muhammad Irfan Dwitama, F. A. (2022). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *Independen*.
- Niffenegger, P. B. (1989). Strategies of Succes From The Political Marketers. *The Journal of Consumer Marketing*.
- Novita Sari, J. A. (2020). Political Strategy Of Marketing Mix Of Public Decision To Choose Prospective Candidates Mayor Bandar Lampung.
- Prof. Dr. Topo Santoso, D. I. (2019). *Pemilu di Indonesia : Kelembagaan, Pelaksanaan, dan Pengawasan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Robert Mubarrod, P. S. (2024). Marketing politik jelang Pemilu 2024 "Desak Anies", "Prabowo Gemoy", dan "Ganjar Nginap di Rumah Warga". 9-10.

- Sidartha Adi Gautama, C. K. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Politik Terhadap Keputusan Memilih Generasi Milenial. *Jurnal P4l*.
- Sugiyono, P. D. (2011). *Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumardi, N. B. (2024). Strategi Marketing Politik Anies Baswedan Dan Muhaimin Iskandar (AMIN) Pada Pemilu Tahun 2024 Melalui Youtube. 5.
- Wring, D. (1997). Reconciling Marketing With Political Science, Theories of Political Marketing. *Journal of Marketing Manajemen*.
- Wulandari, A. (2018). Pengaruh Political Marketing Mix (Produk, Promosi, Harga, Tempat) Terhadap Keputusan Memilih Gubernur 2018 (Studi Kasus Pemilih Pemilu Kecamatan Jombang).