

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir, M. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Abraham, J., & Viatrie, D. I. (2013). Apakah Kreativitas dan Sikap terhadap Ilmu Ekonomi Meramalkan Partisipasi Politik Mahasiswa? Peran Mediasi Efikasi Politik pada Mahasiswa di Malang, Jawa Timur. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 17(2), 109. <https://doi.org/10.7454/mssh.v17i2.2960>
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Press.
- Andri Pratama. (2016). Strategi Teknik Pemenang Calon Legislatif Study Tentang Perempuan Caleg Dari Partai Demokrat Pada Pemilu 2014 Musi Banyuasin. In *UIN Raden Fatah Palembang*.
- Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2015). Politik Uang di Indonesia: Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014. In *PolGov*.
- Azhar, M. A. (2012). Relasi Pengusaha-Penguasa Dalam Demokrasi: Fenomena Rent Seeker Pengusaha Menjadi Penguasa. *Jurnal Publica*, 2(1), 43–55. <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/publica/article/view/403/0>
- Azura, D. L. (2023). Pelaksanaan Fungsi Komunikasi Politik, Fungsi Artikulasi dan Agregasi Kepentingan Partai Gerakan Indonesia Raya Sumatera Barat Tahun 2019-2022. *Jurnal Suara Politik*, 2(2), 8–17.
- Bariroh, L., & M. Anas Fakhruddin. (2021). Political Entrepreneurship di Madura (Studi tentang Kuasa Aktor dalam Demokratisasi Lokal). *JRP (Jurnal Review Politik)*, 11(2), 175–206. <https://doi.org/10.15642/jrp.2021.11.2.175-206>
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian*. Wedatama Widya Sastra.
- Bintari, A. (2022). Partisipasi Dan Representasi Perempuan Dalam Penyelenggaraan Pemilu. *Jurnal Keadilan Pemilu*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.55108/jkp.v2i1.142>
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Canggara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Press.
- Darwanto. (2012). Peran Entrepreneurship Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Diseminasi Riset Terapan Bidang Manajemen & Bisnis Tingkat Nasional*, 11–24. <https://core.ac.uk/download/files/379/11735270.pdf>
- Enadarlita, E. (2020). Strategi Pemimpin Sebagai Agen Perubahan Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Prajaiswara*, 1(2), 114–124. <https://doi.org/10.55351/prajaiswara.v1i2.9>

- Heriyanto, A. A. A., & Solihah, R. (2023). Strategi Pemanfaatan Modal Politik Dan Modal Sosial Calon Anggota Legislatif Menghadapi Pemilu Legislatif 2024. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(2), 366. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.366-374>
- Intari, P. M., Noak, P. A., & Apriani, K. D. (2022). Strategi *Marketing* Politik Caleg Perempuan Dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019. *Jurnal Nawala Politika*, 1(1), 1–15. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/politika/article/download/91486/46147>
- Kiftiyah, A. (2019). Perempuan dalam Partisipasi Politik di Indonesia. *Jurnal Yuridis*, 6(2), 55–72. <https://doi.org/10.24090/yinyang.v14i1.2859>
- Maharani, R. (2023). *Marketing* Politik dan Politisi Anita Noeringshati Sebagai Petahana DPRD Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Pemerintahan Indonesia*, 4(2), 93–104. <http://jiapi.ut.ac.id/index.php/jiapi/index>
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: Informasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Nursal, A. (2004). *Strategi Memenangkan Pemilihan Umum*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pebrianti, Y. (2016). Kajian Penyusunan Dokumen Sistem (Panduan, Prosedur, Dan Formulir) Guna Mendukung Manajemen Mutu Perpustakaan. *Jurnal Pari*, 2(2), 78–89. <https://doi.org/10.15578/jp.v2i2.3252>
- Putra, F. S. (2022). *Marketing* Politik (Teori dan Konsep). In *Widina Bhakti Persada Bandung* (Issue July). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putriwani, B. (2021). Strategi Politik Incumbent dan Faktor Penyebab Kekalahan pada Pemilihan Legislatif 2019 Kabupaten Bangka. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(2), 117–122. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i2.17>
- Robert K. Yin. (2018). Case Study Research and Applications. In L. Fargotstein (Ed.), *Japan Marketing Journal* (Sixth Edit, Vol. 43, Issue 2), SAGE Publications. <https://doi.org/10.7222/marketing.2023.045>
- Safitri, R. A. (2022). Kesiapan Generasi Milenial Sebagai Role Model di Era New Normal. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 5(1), 203. <https://doi.org/10.20961/shes.v5i1.57798>
- Sepriansyah, M. (2021). Strategi dan *Marketing* Politik Caleg Anwar Al Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel. *Journal Politics and Islamic Civilization*, 2(2), 157–167. <https://doi.org/10.19109/ampera.v2i2.7864>
- Sihabudin, M. M. R., Helwa Nur Alfa Laila, Kharisma Kharis, Rismayanti, & Riska Siti Fatimah.

(2023). Strategi Positioning “Gemoy” Prabowo Subianto melalui Media Digital. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 146–154. <https://doi.org/10.62180/dt1m2889>

Soetjipto, A. W. (2005). *Politik Perempuan Bukan Gerhana: Esai-Esai Pilihan*. Penerbit Buku Kompas.

Sugiharto, M. R. P. (2019). *Kewirausahaan Politik dalam Kampanye Pemilu Legislatif (Studi Kasus Gagasan Kampanye OK-OJ Calon Anggota Legislatif PKS Ernanto Djoko Purnomo dalam Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2019 di Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Surya, D. (2021). *Political Bargaining Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Periode 2014 – 2019 Daerah Pemilihan Sumatera Selatan 1 dalam Membangun Kota Palembang*.

Sutarso, J. (2011). Konstruksi Isu Gender dalam Politik: Studi Kasus Pemilihan Umum 2004. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 3–13.

Sutrisno, S., Yuningsih, N. Y., & Agustino, L. (2018). Komparasi Teori *Marketing* Politik 4p Menurut Niffenegger dan 3p Menurut Adman Nursal. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 6(2), 106–111. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i2.1617>

