

ABSTRAK

Nama : Ezra Karamang, dengan judul skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Politik dan Citra Kandidat serta implikasinya terhadap Keputusan Memilih Kepala Daerah di Kota Semarang.

Dalam penelitian ini diambil 102 responden di Kota Semarang yang diambil dari 5 kecamatan yang di kota Semarang dengan menggunakan *Multistage random sampling* .

Alat statistik yang digunakan yaitu *path analysis*, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan secara langsung maupun tidak langsung dari variable bauran pemasaran politik terhadap keputusan memilih melalui citra kandidat politik.

Citra kandidat politik dalam penilaian masyarakat pemilih sangat menentukan pemilihan mereka terhadap calon walikota dan wakil walikota. Dan citra kandidat ini berada dalam kategori Kuat untuk mempengaruhi penilaian masyarakat pemilih.

Dalam pengambilan Keputusan memilih ternyata masyarakat pemilih mengatakan mereka melakukan pemilihan setelah mengetahui adanya bauran pemasaran politik dan citra kandidat calon walikota dan wakil walikota. Keputusan memilih ini di nilai responden masuk dalam kategori kuat dalam menentukan pemilihan mereka.

Dari hasil penghitungan statistik diketahui variable bauran pemasaran politik dan citra kandidat memiliki pengaruh secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih. Dan juga diketahui penghitungan secara individual bahwa bauran pemasaran politik tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih secara langsung.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka	6
2.2 Pemasaran Politik.....	6
2.2.1 Karakteristik Pemasaran Politik.....	7
2.2.2 Konsep Pemasaran Politik.....	14
2.2.3 Bauran Pemasaran Politik.....	23
2.2.4 Bauran Promosi Politik.....	24
2.3 Pengertian Citra Kandidat Politik	25
2.4 Perilaku Konsumen.....	27

2.4.1 Keputusan Pembelian Konsumen.....	27
2.4.1 Proses Keputusan Memilih.....	27
2.5 Kerangka Pemikiran.....	38
2.6. Hipotesis Penelitian.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Sumber Data.....	44
3.3 Metode Penelitian.....	45
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.2 Populasi.....	46
3.3.3 Unit Analisis.....	46
3.5 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	46
3.5.1 Variabel Penelitian.....	46
3.5.2 Operasional Variabel.....	47
3.6 Teknik Sampling.....	51
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	52
3.8 Analisis Jalur.....	54
3.8.1 Koefisien Determinasi.....	55
3.9 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	56
3.9.1 Uji Validitas	57
3.9.1.1 Hasil Pengujian Validitas.....	58
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.9.2.1 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
3.10 Uji Hipotesis / Uji Signifikansi (Uji F).....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	64
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	65
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan.....	66
4.1.5 Berdasarkan Pendidikan.....	67
4.2 Bauran Pemasaran Politik	68
4.3 Citra Kandidat Politik.....	75
4.4 Keputusan Memilih.....	83
4.5 Pengaruh Bauran Pemasaran Politik terhadap Citra Kandidat serta Implikasinya pada Keputusan Memilih.....	85
4.5.1 Koefisien Jalur secara Simultan.....	86
4.5.2 Pengujian secara Individual.....	86

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Characteristic of political marketing</i>	16
Gambar 2.2 <i>Exchange process and functions for political marketing management of party / candidates</i>	18
Gambar 2.3 Model Pengambilan Keputusan Konsumen.....	34
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	42
Gambar 3.1 Model Korelasi dalam analisis jalur.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Atribut Citra Kandidat Politik.....	26
Tabel 2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	48
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas.....	59
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4.6 Citra Partai Pendukung.....	68
Tabel 4.7 Citra Pemimpin dan Partai Pendukung.....	69
Tabel 4.8 Komitmen Partai pendukung.....	69
Tabel 4.9 Kualitas Iklan.....	70
Tabel 4.10 Kualitas Siaran Radio.....	71
Tabel 4.11 Kualitas Siaran TV.....	72
Tabel 4.12 Kualitas Pelaksanaan HUMAS.....	72
Tabel 4.13 Kualitas Kerja Tim Sukses.....	72
Tabel 4.14 Kualitas Penggalangan Suara.....	73
Tabel 4.15 Resiko Dampak Ekonomi	74
Tabel 4.16 Resiko Dampak Psikologis.....	75
Tabel 4.17 Tingkat Kualifikasi Kandidat.....	76
Tabel 4.18 Tingkat Kepandaian dan Pengalaman.....	76
Tabel 4.19 Tingkat Kejujuran Kandidat.....	77
Tabel 4.20 Kepercayaan pada Pribadi Kandidat.....	78
Tabel 4.21 Penampilan Menarik Kandidat.....	78
Tabel 4.22 Tingkat Keramahan Kandidat.....	79
Tabel 4.23 Tingkat Ketulusan Kandidat.....	80

Tabel 4.24 Tingkat Ketenangan Kandidat.....	80
Tabel 4.25 Tingkat Keagresifan Kandidat.....	81
Tabel 4.26 Tingkat Kekuatan/Ketegaran Kandidat.....	82
Tabel 4.27 Tingkat Keaktifan Kandidat.....	82
Tabel 4.28 Tingkat Pengetahuan Pemilih terhadap Kandidat.....	83
Tabel 4.29 Tingkat Ketertarikan Pemilih terhadap Kandidat.....	84
Tabel 4.30 Tingkat Keinginan Memilih setelah adanya Bauran Pemasaran dan melihat Citra Kandidat.....	84
Tabel 4.31 Matriks Korelasi.....	85
Tabel 4.32 ANOVA.....	86
Tabel 4.33 Coefficients.....	88
Tabel 4.34 Model Summary.....	89
Tabel 4.35 Model Summary.....	89
Tabel 4.36 Koefisien Jalur.....	89
Tabel 4.37 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung, Pengaruh Total dan Pengaruh Bersama Bauran Pemasaran Politik dan Citra Kandidat terhadap Keputusan Memilih.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Penelitian
- Lampiran B Data Mentah
- Lampiran C Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran D Hasil Analisis Jalur

LAMPIRAN A

KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN B

DATA MENTAH

LAMPIRAN C

UJI VALIDITAS DAN REIABILITAS

LAMPIRAN D

ANALISIS JALUR