

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of Advertising, Brand Endorser, Political Brand Personality to the Intention of Voter Participation. Data were collected through 312 respondents. Technique of collecting data in form of questionnaire by using likert measurement scale. The method used in this research is the method of causal analysis. Data analysis used is statistical analysis in the form of Structural Equation Modeling (SEM). This research shows that Advertising, Political Brand Personality influence to the intention of voter participation at PILGUB DKI Jakarta 2017. While Brand Endorser has no effect on Intention of Voter Participation.*

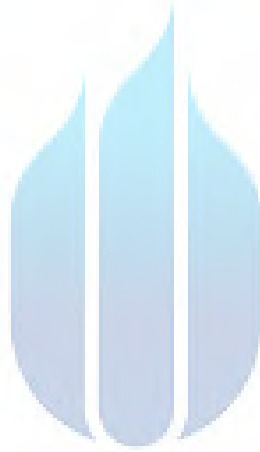
**Keywords:** *Advertising, Brand Endorser, Political Brand Personality, Voting Intention.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Periklanan, *Brand Endorser*, *Political Brand Personality* terhadap Intensi Partisipasi Pemilih. Data dikumpulkan melalui 312 responden. Teknik pengumpulan data berbentuk kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran *likert*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian analisis kausal. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk *Structural Equation Modeling* (SEM).. Penelitian ini menunjukkan bahwa Periklanan, *Political Brand Personality* berpengaruh terhadap intensi partisipasi pemilih pada PILGUB DKI Jakarta 2017. Sementara *Brand Endorser* tidak berpengaruh terhadap Intensi Partisipasi Pemilih.

**Kata kunci:** Periklanan, *Brand Endorser*, *Political Brand Personality*, Intensi Partisipasi Pemilih



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA