

**PENGARUH PERIKLANAN, *BRAND ENDORSER*, *POLITICAL*  
*BRAND PERSONALITY* TERHADAP INTENSI  
PARTISIPASI PEMILIH  
(Suatu Kajian Pemasaran Politik pada PILGUB DKI Jakarta 2017)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Oleh:  
**DEDY TRIMURTI**

**43115110137**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2017**

**PENGARUH PERIKLANAN, *BRAND ENDORSER*, *POLITICAL*  
*BRAND PERSONALITY* TERHADAP INTENSI  
PARTISIPASI PEMILIH**

**(Suatu Kajian Pemasaran Politik pada PILGUB DKI Jakarta 2017)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
MERCU BUANA**

**DEDY TRIMURTI**

**43115110137**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedy Trimurti

Nim : 43115110137

Program Studi : Ekonomi – Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Oktober 2017



(Dedy Trimurti)

43115110137


## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dedy Trimurti  
NIM : 43115110137  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan, *Brand Endorser*, *Political Brand Personality* terhadap Intensi Partisipasi Pemilih (Suatu Kajian Pemasaran Politik pada PILGUB DKI Jakarta 2017)  
Tanggal Lulus Ujian : 18 Oktober 2017

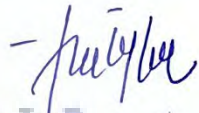
Disahkan Oleh :

Pembimbing


Ketua Penguji


  
Dr. Rina Astini, MM, CPM (Asia)  
Tanggal : 28/10/2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Dr. Anik Herminingsih, M.Si  
Tanggal : 28/10/2017

Ketua Program Studi S1  
Manajemen

  
Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si., CA  
Tanggal : 7/11.2017.

  
Dudi Permana, MM., Ph.D  
Tanggal : 28/10-2017

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERIKLANAN, *BRAND ENDORSER*, *POLITICAL BRAND PERSONALITY* TERHADAP INTENSI PARTISIPASI PEMILIH (Suatu Kajian Pemasaran Politik pada PILGUB DKI Jakarta 2017”**. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan masukan dan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian isi, maupun teknik penulisan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah di berikan sehingga skripsi ini dapat terselsaikan, khususnya penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada ibu Dr. Rina Astini, MM, CPM (Asia) selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan merelakan tenaga serta pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyusun skripsi.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Segenap jajaran S1 Manajemen Bapak Dudi Permana, ST., MM., PhD selaku Ketua Prodi S1 Manajemen, Bapak M. Soelton, S.Psi., MM selaku Sekretaris Program Studi I, Ibu Ryani Dhyani P, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi II.
4. Semua rekan manajemen pemasaran yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
5. Istri dan anak-anak saya tercinta, beserta keluarga besar.

Akhir kata penulis memohon maaf apabila banyak kekurangan dan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Harapan penulis semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 20 September 2017

Dedy Trimurti

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	11
1. Tujuan Penelitian .....	11
2. Kontribusi Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	13
1. Pemasaran Politik .....	13
2. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	19
3. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	28
4. <i>Political Brand Personality</i> (Kepribadian Merek Politik).....	32
5. Intensi.....	36
B. Penelitian Terdahulu .....	41
C. Hubungan Antar Variabel .....	43
D. Rerangka Konseptual .....	45
E. Pengembangan Hipotesis .....	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Waktu Dan Tempat Penelitian .....	46
B.	Desain Penelitian .....	46
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
1.	Definisi Variabel Penelitian .....	47
2.	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	48
D.	Pengukuran Variabel.....	50
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	51
1.	Populasi Penelitian.....	51
2.	Sampel Penelitian.....	51
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
G.	Metode Analisis .....	53
1.	Uji Validitas .....	53
2.	Uji Reliabilitas .....	53
H.	Metode Statistik .....	55
I.	Tahap-tahap Dalam SEM.....	56
J.	Pengujian Hipotesis .....	60

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A.	Gambaran Umum.....	61
B.	Karakteristik Responden.....	61
C.	Analisis Deskriptif Variabel.....	64
1.	Analisis Deskriptif Periklanan.....	64
2.	Analisis Deskriptif <i>Brand Endorser</i> .....	65
3.	Analisis Deskriptif <i>Political Brand Personality</i> .....	66
4.	Analisis Deskriptif Intensi Partisipasi Pemilih .....	67
D.	Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian .....	68
1.	Uji Validitas dan Reabilitas Periklanan .....	69
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Endorser</i> .....	71
3.	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Political Brand Personality</i> .....	73
4.	Uji Validitas dan Intensi Partisipasi Pemilih .....	76



E.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	78
F.	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	80
G.	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	82
H.	Analisis Hasil Penelitian .....	83

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A.	Simpulan .....	85
B.	Saran .....	86
	1. Partai atau Kandidat .....	86
	2. Pemerintah / KPU .....	86
	3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	86
	DAFTAR PUSTAKA .....	87
	LAMPIRAN.....	91



## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Gambaran Angka Golput Pada Pilkada DKI Tahun 2012 .....	6
1.2	Jumlah Pemilih Laki-laki dan Perempuan Pilkada DKI 2012 .....	7
2.1	Penelitian Terdahulu .....	41
3.1	Operasional Variabel-Variabel Penelitian .....	49
3.2	Keterangan Bobot Skor .....	50
4.1	Jenis Kelamin .....	61
4.2	Usia Responden .....	62
4.3	Pekerjaan .....	63
4.4	Hak Pilih .....	63
4.5	Deskriptif Periklanan .....	64
4.6	Deskriptif Brand Endorser .....	65
4.7	Deskriptif Political Brand Personality .....	66
4.8	Intensi Partisipasi Pemilih .....	67
4.9	Uji Validitas Variabel Periklanan .....	70
4.10	Uji Validitas Variabel Brand Endorser .....	72
4.11	Uji Validitas Variabel Political Brand Personality .....	74
4.12	Uji Validitas Variabel Intensi Partisipasi Pemilih .....	76
4.13	Hasil Uji Kecocokan Measurement Model Penelitian .....	79
4.14	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Modifikasi .....	80
4.15	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian .....	81
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	82

## DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Tingkat angka partisipasi pemilih pemilu tahun 1971 – 2014.....	4
1.2	Angka golongan putih pemilu tahun 1955 – 2014.....	5
2.1	Rerangka Konseptual .....	45
4.1	Model Pengukuran Variabel Periklanan .....	69
4.2	Model Pengukuran Brand Endorser .....	72
4.3	Model Pengukuran Variabel Political Brand Personality .....	74
4.4	Model Pengukuran Variabel Intensi Partisipasi Pemilih .....	76
4.5	Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian.....	78
4.6	Model Pengukuran Variabel Penelitian Setelah dilakukan Modifikasi .....	79
4.7	Model Struktural (T-Value) .....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner .....	91
Lampiran 2 : Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL) .....	96

