

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Fokus Penelitian	12
1.3.Identifikasi Masalah	12
1.4.Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.5.Manfaat dan Kegunaan Penelitian	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Kajian Teori	31
2.2.1. Political Marketing	31
2.2.2 Pendekan dalam Political Marketing	39
2.2.3. Proses Political Marketing	43
2.2.4. Segmentasi Politik	47
2.2.5. Strategi Kampanye Politik	49
2.3. Kerangka Pemikiran	56
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	58
3.2. Paradigma Penelitian	58
3.3. Metode Penelitian	59
3.4. Key Informant dan Informan	60
3.5. Jenis dan Sumber Data	61
3.6. Teknik Pengumpulan Data	64
3.7. Teknik Analisa Data	68

3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	70
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	73
4.1.1. Profile Parta Perindo	76
4.2. Hasil Penelitian	77
4.2.1. Riset Pasar	79
4.2.2 Produk	87
4.2.3 Penyesuaian Produk	90
4.2.4 Implementasi	94
4.2.5 Komunikasi	99
4.2.6 Kampanye	102
4.2.7 Pemilu	105
4.2.8 Penyerahan	108
4.3. Pembahasan	111
4.2.1. Politik Marketing Partai Perindo.....	111
4.2.2. Pendekatan dalam <i>Political Marketing dan Strategi Kampanye Partai Perindo</i>	114
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	123
5.2. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	140
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	189

UNIVERSITAS
MERCU BUANA