

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN POLITIK TERHADAP
PARTISIPASI PEMILIH PADA PILKADA 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**



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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Rahmantika
NIM : 43113110216
Program Studi : Strata 1 Program Ekonomi Manajemen
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pada PILKADA DKI 2017

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 September 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Rizky Rahmantika

NIM: 43113110216


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

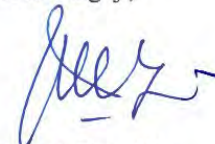
Nama : Rizky Rahmantika
NIM : 43113110216
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pada PILKADA DKI 2017
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,


Dr. Tafiprios, SE, MM

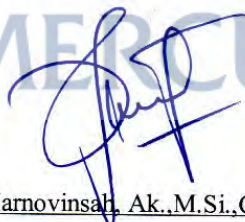

Yuni Astuti Dra., MS

Tanggal :


Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

S1 Manajemen,


Dudi Permana, ST., MM, P.hD

Tanggal :

Tanggal : 30/9-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Bauran Pemasaran Polik terhadap Partisipasi Pemilih Pada PILKADA DKI 2017**”. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, Khususnya Bapak Dr. Tafiprios, SE, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat, pengetahuan kepada penulis. Dalam kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati Penulis ingin menyampaikan terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.SI., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

4. Bapak M. Soelton Ibrahim, S.Psi., MM, selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Ibu Ryani Dhyhan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
6. Kepala Pusat Kewirausahaan Universitas Mercu Buana Bapak Wachyu Hari Haji, S.Kom., MM dan Sekretaris Pusat Kewirausahaan Universitas Mercu Buana Mba Rere/ Resty Fahyanti
7. Dosen Kewirausahaan Bapak Aldy Renaldi, ST., MM
8. Seluruh Dosen dan staff Program Studi Manajemn Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya
9. Ibu Tercinta Danti Hasanah yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan
10. Bapak dan Ibu Mertua, Bapak Agus Setiawan dan Ibu Marinah yang selalu membantu, mendamping dan mendoakan tanpa kenal lelah
11. Istri dan anak tercinta Desy Agustyna dan Muhammad Zaflan Rafanza Rahmantika yang tiada lelah dan selalu sabar dalam memberikan semangat dan doa hingga penulisan skripsi ini selesai
12. Rekan – rekan seperjuangan Manajemen Pemasaran Eva Restiani yang mengajarkan program lisrel, Makun Hidayat, Hervien dan Ismail yang selalu siap untuk berbagi ilmu, ide dan pendapat kapan pun dan dimana pun.

13. Dosen dan rekan – rekan tim LKTI (Ibu Nur Endah, MM, Pradana Vincent, Ahmad Rifai, Bahrudin Yusuf, Cecep, Eka, Virna, Mujadid dan Athiyah)
14. Atasan Ibu Sarah Ulfa Maria yang selalu memberikan ruang yang seluas – luasnya untuk semua aktifitas yang berkaitan dengan pendidikan
15. Rekan penulis Ibu Yessi Wowiling yang selalu siap membantu
16. Pihak – pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu segala kritik dan saran demi perbaikan dimasa yang akan datang sangat diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 11 September 2017

Rizky Rahmantika

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Pemasaran	13
2. Manajemen Pemasaran.....	13
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14
4. Marketing Politik.....	16
5. Partisipasi Politik.....	24

B. Kajian Riset Terdahulu.....	29
C. Rerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel.....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Metode Analisis.....	44
1. SEM (Structural Equation Modeling).....	44
2. Uji Validitas.....	49
3. Uji Reliabilitas.....	50
4. Pengujian Hipotesis.....	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel.....	58
1. Uji Validitas Variabel.....	58
2. Uji Reliabilitas Variabel.....	68
D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	69
1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	69

2.	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T- Value).....	71
3.	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	72
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
1.	Pengaruh Product terhadap Partisipasi Pemilih.....	74
2.	Pengaruh Price terhadap Partisipasi Pemilih.....	75
3.	Pengaruh Place terhadap Partisipasi Pemilih.....	76
4.	Pengaruh Promotion terhadap Partisipasi Pemilih.....	78
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
A.	Simpulan.....	80
B.	Saran.....	81
	DAFTAR PUSTAKA.....	83
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017.....	6
1.2	Tingkat Partisipasi Pemilih Berdasarkan Lembaga Survei.....	7
1.2	Tingkat Partisipasi Pemilih PIIKADA 2007 & 2012.....	9
2.1	Peneliti Terdahulu.....	29
3.1	Operasional Variabel	37
3.2	Skala Likert.....	41
3.3	Goodness Of Fit Index.....	47
3.4	Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha.....	51
4.1	Hasil Uji Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2	Hasil Uji Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.3	Hasil Uji Responden Berdasarkan Pendidikan	56
4.4	Hasil Uji Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Product.....	60
4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Price.....	62
4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Place.....	64
4.8	Hasil Uji Validitas Promotion.....	66
4.9	Hasil Uji Validitas Partisipasi Pemilih.....	68
4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.11	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	70
4.12	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (T- value).....	72
4.13	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	73

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data Pemilih Sementara PILKADA DKI 2017.....	7
1.2	Peta Kekuatan PILKADA DKI 2017.....	8
1.3	Tingkat Partisipasi Pemilih 2007 & 2012.....	10
2.1	Bagan Proses Marketing Politik.....	24
2.2	Rerangka pemikiran hubungan antara variabel penelitian	32
4.1	Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2	Prosentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.3	Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
4.4	Prosentase Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
4.5	Model Pengukuran Product.....	59
4.6	Model Pengukuran Price.....	61
4.7	Model Pengukuran Place	63
4.8	Model Pengukuran Promotion	65
4.9	Model Pengukuran Partisipasi Pemilih.....	67
4.10	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian.....	69
4.11	Model Struktural (T-Value).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner.....	84
Lampiran 2	Hasil Kuesioner.....	89
Lampiran 3	Hasil Uji Reliabilitas.....	104

