

ABSTRACT

Marketing strategies are already time to be applied in politics, in this context marketing as a discipline that develops in the business world assumed useful for political institutions. On the basis of the authors do research Influence of Political Marketing Mix influence on Voter Participation in PILKADA DKI 2017. The writing aims to test whether Product, Price, Place, Promotion in marketing politik influence on voter participation. This research was conducted on 99 respondents by using quantitative research method. Data processing using LISREL version 9.30. The result is a partial product variable in political marketing not affect the voter participation variable value -1.01, the variable price in political marketing not affect the voter participation value 0.5, place variables in marketing politics affect the voter participation value 1.99, variable promotion in political marketing has an effect on voter participation value of 5.71.

Keywords: *Political Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotio, Voter Participation*

ABSTRAK

Strategi-strategi pemasaran memang sudah saatnya diterapkan dalam politik, dalam konteks inilah pemasaran sebagai suatu disiplin ilmu yang berkembang dalam dunia bisnis diasumsikan berguna bagi institusi politik. Dengan dasar tersebut penulis melakukan penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pada PILKADA DKI 2017. Penulisan ini bertujuan menguji apakah *Produk, Price, Place, Promotion* dalam pemasaran politik berpengaruh terhadap partisipasi pemilih. Penelitian ini dilakukan terhadap 99 responden dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengolahan data menggunakan LISREL versi 9.30. Hasilnya secara parsial adalah variabel *product* dalam pemasaran politik tidak berpengaruh terhadap variabel partisipasi pemilih nilai -1,01, variabel *price* dalam pemasaran politik tidak berpengaruh terhadap partisipasi pemilih 0,5, variabel *place* dalam pemasaran politik berpengaruh terhadap partisipasi pemilih 1,99, variabel *promotion* dalam pemasaran politik berpengaruh terhadap partisipasi pemilih 5,71.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran Politik, Product, Price, Place, Promotion, Partisipasi Pemilih*