

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	18
C. Batasan Penelitian .....	19
D. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian .....	19
1. Kontribusi Teoritis .....	19
2. Kontribusi Praktis .....	20
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori .....	21
1. Manajemen Pemasaran .....	21
2. Marketing politik ( <i>Political Marketing</i> ) .....	23
3. Perilaku Pemilih .....	27
4. Keputusan Pemilih .....	29
a. Definisi Keputusan Pemilih .....	29
b. Indikator Keputusan Pemilih .....	37

5. <i>Brand Image</i> .....	38
a. Definisi <i>Brand Image</i> .....	38
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	39
c. Indikator <i>Brand Image</i> .....	40
6. Program Kerja .....	41
a. Definisi Program Kerja .....	41
b. Indikator Program Kerja .....	43
7. Pesan Iklan .....	44
a. Definisi Pesan Iklan .....	44
b. Indikator Pesan Iklan.....	47
8. Penelitian Terdahulu .....	48
B. Hubungan Antara Variabel dan Rerangka Pemikiran .....	51
C. Hipotesis .....	54

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	55
B. Desain Penelitian .....	55
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	56
D. Pengukuran Variabel.....	59
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
1. Populasi .....	60
2. Sampel Penelitian .....	61
F. Teknik Pengumpulan Data.....	62
G. Jenis Data Penelitian .....	63

H. Metode Analisis Data .....	65
1. SEM - PLS.....	65
a). Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	65
b). Pengujian Model Struktur Atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ). .....	67

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

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	68
B. Statistik Deskriptif .....	69
C. Deskriptif Jawaban Responden .....	72
1. Variabel <i>Brand Image</i> .....	72
2. Program Kerja .....	73
3. Pesan Iklan .....	74
4. Keputusan Pemilih .....	74
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Squares (PLS)</i> .....	75
1. <i>Evaluasi Measurement (Outer Model)</i> .....	76
a). <i>Convergent Validity</i> .....	76
b). <i>Discriminant Validity</i> .....	77
c). <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	78
d). <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i> .....	79
2. Pengujian Model Struktural /Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	80
a). Nilai <i>R-square</i> .....	80
b). <i>Goodness of Fit Model</i> .....	80
c). Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	81
E. Pembahasan .....	84

1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pemilih .....	84
2. Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pemilih .....	85
3. Pengaruh Program Kerja Terhadap Keputusan Pemilih .....	87

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	94
-----------------------------	----

**LAMPIRAN**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA