

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengaruh elektabilitas terhadap keputusan memilih dengan memperhatikan politik marketing sebagai variabel intervening dengan mengambil studi kasus terpilihnya Ridwan Kamil sebagai gubernur terpilih di pemilihan gubernur Jawa Barat Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa angket kuesioner yang diisi oleh sebanyak 329 responden. Data hasil penelitian selanjutnya dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* dengan bantuan program smartPLS versi 3.28. Berdasarkan hasil analisis PLS diperoleh hasil bahwa baik secara langsung maupun tidak langsung dengan dimediasi oleh variabel *political marketing*, *public figure*, *personal branding* dan *work programs* berpengaruh terhadap keputusan memilih, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *public figure*, *personal branding* dan *work programs* seorang calon gubernur maka semakin baik *political marketingnya* yang selanjutnya akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk memilihnya sebagai gubernur.

Kata kunci : *public figure*, *personal branding*, *work programs*, *political marketing*, keputusan memilih.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of electability on the decision to choose by considering marketing politics as an intervening variable by taking the case study of the election of Ridwan Kamil as the elected governor in the election of the governor of West Java in 2018. This study uses a quantitative method with a research instrument in the form of a questionnaire questionnaire filled out by as many as 329 respondents. The research data were then analyzed descriptively and quantitatively using Partial Least Square analysis techniques with the help of the smartPLS program version 3.28. Based on the results of the PLS analysis the results show that both directly and indirectly mediated by political marketing variables, public figures, personal branding and work programs influence the decision to choose, this shows that the better the public figure, personal branding and work programs of a candidate for governor the better the political marketing will further improve the people's decision to choose him as governor.*

*Keywords: public figure, personal branding, work programs, political marketing, decision to choose.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA