

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Perbedaan Pemasaran Dunia Bisnis dan Politik	18
Gambar 2.2	Proses <i>Political Marketing</i>	24
Gambar 2.3.	Dimensi Kualitas Kandidat	26
Gambar 2.4	Faktor Determinan Pemilih	38
Gambar 2.5	Model Kerangka Pemikiran Penelitian	44
Gambar 3.1	Pola Konstruksi untuk Pengukuran Validitas	57
Gambar 3.2	Hirarki dalam Memilih Kandidat Wali Kota	67
Gambar 4.1	Frekuensi Pencarian Informasi Mahasiswa Mengenai Pemilukada dan Kandidat	71
Gambar 4.2	Sikap Mahasiswa Terhadap Pemilukada Wali Kota Bandarlampung	72
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	87
Gambar 4.4	Uji Normalitas	88
Gambar 4.5	Bagan Simpulan Hasil Regresi Linier Berganda	95
Gambar 4.6	Hirarki Keputusan Berdasarkan Kriteria Memilih Kandidat Wali Kota Bandarlampung Pada Pemilukada Wali Kota Bandarlampung Juni 2010	121
Gambar 4.7	Hirarki Keputusan Berdasarkan Alternatif Tempat dalam Memilih Kandidat Wali Kota Bandarlampung Pada Pemilukada Wali Kota Bandarlampung Juni 2010.....	144
Gambar 4.8	Hirarki Keputusan Berdasarkan Alternatif Harga dalam Memilih Kandidat Wali Kota Bandarlampung Pada Pemilukada Wali Kota Bandarlampung Juni 2010	165

Gambar 4.9 Hirarki Keputusan Berdasarkan Alternatif Promosi dalam Memilih Kandidat Wali Kota Bandarlampung Pada Pemilukada Wali Kota Bandarlampung Juni 2010	190
Gambar 4.10 Hirarki Keputusan Berdasarkan Alternatif Produk dalam Memilih Kandidat Wali Kota Bandarlampung Pada Pemilukada Wali Kota Bandarlampung Juni 2010	121
Gambar 4.11 Hirarki Keputusan Akhir Memilih Kandidat Wali Kota Pada Mahasiswa Strata 1 Universitas Lampung Berdasarkan Program <i>Political Marketing Mix</i>	219

