

## 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



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA