

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Pembahasan	12

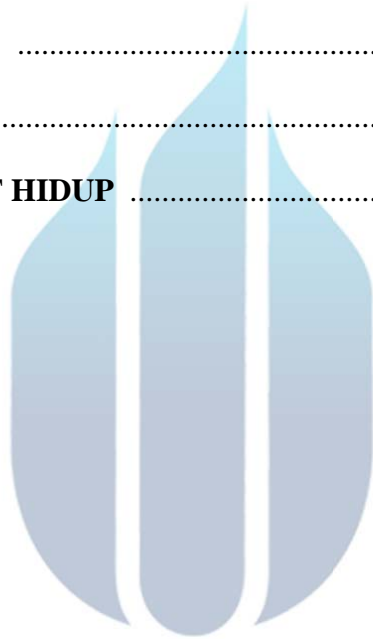
BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1. Marketing Politik	14

2.1.2. Produk Politik	16
2.1.3. Pull Marketing	19
2.1.4. Keputusan Memilih	25
2.1.5. Masyarakat Perkotaan	30
2.2. Kerangka Pemikiran	32
2.3. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Populasi	37
3.2.2. Sampel	38
3.3. Jenis dan Sumber Data	42
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.5. Variabel Penelitian	44
3.5.1. Identifikasi Variabel	44
3.5.2. Operasional Variabel	44
3.5.3. Pengukuran Variabel	46
3.6. Pengujian Instrumen	46
3.6.1. Uji Validitas	46
3.6.2. Uji Reliabilitas	47
3.7. Analisis Data	47
3.7.1. Analisis Deskriptif	47
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	48

3.7.2.1. Uji Normalitas	48
3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.7.2.3. Uji Multikolinieritas	49
3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.7.3.1. Uji F	50
3.7.3.2. Uji T	51
3.7.3.3. Koefisien Determinasi (R Square)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Pengujian Instrumen.....	53
4.1.1. Uji Validitas	54
4.1.2. Uji Reliabilitas	56
4.2. Latar Belakang Responden	56
4.3. Analisis Deskriptif	57
4.3.1. Variabel Produk Politik (X1)	59
4.3.2. Variabel Pull Marketing (X2).....	61
4.3.3. Variabel Keputusan Memilih (Y)	63
4.4. Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1. Uji Normalitas	64
4.4.2. Uji Heteroskedastisitas	66
4.4.3. Uji Multikolinieritas	67
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.5.1. Uji F – Simultan	69
4.5.2. Uji T – Parsial	71

4.5.3. Koefisien Determinasi (R Square)	72
4.6. Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108



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