

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Marketing Politik	16
Gambar 2.2. Strategi Marketing Politik	19
Gambar 2.3. Perilaku Pembelian Konsumen	26
Gambar 2.4. Faktor Determinan Memilih (Tipologi Pemilih)	29
Gambar 2.5. Kerangka Berpikir Penelitian	33
Gambar 2.6. Model Penelitian	34
Gambar 2.7. Detail Model Penelitian	34



UNIVERSITAS
MERCU BUANA