ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan komunikasi pemasaran partai politik terhadap keputusan memilih pada Pemilu Anggota DPRD Kota Cilegon tahun 2009, dan mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan memilih. Hipotesis dalam penelitian ini adalah produk dan komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan memilih.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilih Partai Golkar/PKS/PAN/Demokrat/PPP. Dengan menggunakan *Cochran's Formulas* dari jumlah populasi 111.589 diperoleh jumlah responden sebanyak 196. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *Cluster Sampling* dan *Random Sampling.* Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan menggunakan skala likert. Validitas dan reliabilitas diuji dengan menggunakan program SPSS 17. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terstruktur dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis path.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel produk memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan memilih (14%) dibanding komunikasi pemasaran (8%). Keduanya secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 22% terhadap keputusan memilih, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemilih Kota Cilegon cenderung merupakan pemilih tradisional yang bisa dengan mudah menjadi pemilih rasional, karenanya parpol harus memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk dan komunikasi pemasarannya sehingga mampu mendulang pada pemilu berikutnya dan mempertahankan loyalitas pemilih.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id/id