

INTISARI

Pemilihan umum presiden pada tahun 2024 telah terlaksana dan Peneliti ingin mengkaji para pemilih pada Pemilu 2024 dengan berbagai faktor dalam menentukan pilihan mereka, termasuk dimensi-dimensi kewirausahaan yang dimiliki oleh para kandidat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepentingan dimensi-dimensi kewirausahaan yang dimiliki oleh para kandidat presiden serta perbedaan latar belakang demografis para responden menggunakan analisis One Way ANOVA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam penilaian terhadap dimensi-dimensi kewirausahaan berdasarkan pilihan dan latar belakang demografis responden.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini merupakan penelitian payung yang memiliki tiga dimensi berbeda dan oleh sebab itu jumlah sampel yang didapatkan cukup besar yaitu sejumlah 563 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pada tingkat kepentingan dimensi-dimensi kewirausahaan yang dimiliki oleh para kandidat presiden serta latar belakang demografis para responden.

Kata kunci: *pemasaran politik, kewirausahaan, demografis, One Way ANOVA*

ABSTRACT

The presidential election in 2024 has taken place, and the researcher aims to examine the voters in the 2024 election with various factors influencing their choices, including the entrepreneurial dimensions possessed by the candidates. This study aims to identify differences in the importance levels of entrepreneurial dimensions possessed by the presidential candidates and the demographic backgrounds of respondents using One Way ANOVA analysis. The results of the study indicate that there are differences in the assessment of entrepreneurial dimensions based on the choices and demographic backgrounds of the respondents.

This study is quantitative in nature, and the data collection method used is non-probability sampling with purposive sampling techniques. This study is an umbrella research that has three different dimensions, and therefore, the number of samples obtained is quite large, amounting to 563 respondents.

The results of the study show that there are differences in the importance levels of entrepreneurial dimensions possessed by the presidential candidates as well as the demographic backgrounds of the respondents.

Keywords: *political marketing, entrepreneurship, demographics, One Way ANOVA*