

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	0
PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Lingkup Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Pemasaran Politik	16
2.2 Kampanye Politik	17
2.3 Arti Merek Politik.....	19
2.4 Citra merek Pemimpin	22

2.5 Kepercayaan Merek Politik	23
2.6 Preferensi Merek Politik	25
2.7 Penelitian Terdahulu	27
2.8 Pengembangan Hipotesis	28
2.8.1 Pengaruh kampanye politik pada arti merek politik	28
2.8.2 Pengaruh kampanye politik pada kepercayaan merek politik.....	29
2.8.3 Pengaruh kampanye politik pada preferensi merek politik.....	30
2.8.4 Pengaruh citra merek pemimpin pada kepercayaan merek politik	31
2.8.5 Pengaruh citra merek pemimpin pada preferensi merek politik	32
2.8.6 Pengaruh arti merek politik pada preferensi merek politik.....	33
2.8.7 Pengaruh kepercayaan merek politik pada preferensi merek politik	34
2.9 Model Penelitian.....	35
BAB III METODA PENELITIAN.....	36
3.1 Strategi Riset.....	36
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	36
3.2.1 Kampanye politik.....	36
3.2.2 Citra merek pemimpin	37
3.2.3 Kepercayaan Merek Politik.....	38
3.2.4 Arti merek politik.....	39
3.2.5 Preferensi merek politik.....	40

3.3 Desain Pengambilan Sampel	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.3 Metode Pengambilan Sampel	41
3.3.4 Ukuran Sampel.....	42
3.4 Metoda Pengumpulan Data.....	42
3.5 Instrumen Penelitian	43
3.6 Pengujian Instrumen	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Metoda Analisis Data	48
3.8. Uji Asumsi Klasik	48
3.8.1 Uji Multikolinearitas.....	49
3.9. Pengujian Hipotesis	49
3.9.1 Analisis Regresi Berganda.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Data.....	51
4.1.1 Profil Responden.....	51
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2 Uji Akurasi Instrumen	56

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian	56
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.3.1 Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.4 Pengujian Hipotesis	59
4.5 Diskusi dan Pembahasan	61
4.5.1 Pengaruh Kampanye Politik pada Arti Merek Politik	61
4.5.2 Pengaruh Kampanye Politik pada Kepercayaan Merek Politik	63
4.5.3 Pengaruh Kampanye politik pada Preferensi Merek Politik	64
4.5.4 Pengaruh Citra Merek Pemimpin pada Kepercayaan Merek Politik	65
4.5.5 Pengaruh Citra Merek Pemimpin pada Preferensi Merek	66
4.5.6 Pengaruh Arti Merek Politik pada Preferensi Merek Politik	67
4.5.7 Pengaruh Kepercayaan Merek Politik pada Preferensi Merek Politik	68
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Implikasi Manajerial	71
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Saran	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Indikator Kampanye Politik	37
Tabel 3.2 Indikator Citra merek pemimpin.....	38
Tabel 3.3 Indikator Kepercayaan Merek Politik.....	38
Tabel 3.4 Indikator Arti Merek Politik	39
Tabel 3.5 Indikator Preferensi Merek Politik.....	40
Tabel 3.6 Hasil Uji KMO and Barlett's Test Sampel Kecil.....	45
Tabel 3.7 Hasil Uji <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Kecil.....	46
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	47
Tabel 4.1 Data Demografis Responden	53
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
Tabel 4.3 Hasil Uji KMO and Barlett's Test Sampel Besar	57
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Rotated Component Matrix</i>	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kepercayaan Terhadap Institusi Demokrasi	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 Model dan Hasil Penelitian	61