

Abstract

In developing democracies, clientelism is unwanted part, unfortunately exist in most cases, of democratic system. One of the form of clientelism is vote buying. This research studies the determinants, socioeconomic characteristics in particular, in the influence of vote buying to vote decision. Some of past studies reported that poverty and education is two of the many major causes. Replicating some parts from past results brought us to slightly identical conclusion in our studies. Expenditure and education does affect the decision, but other variables also determine the vote decision such as religiosity, residency, literacy and others.

Keywords: economics, political economics, behavioural economics, behavioral politics, clientelism, vote buying.

Abstrak

Di negara dengan demokrasi yang masih tumbuh, klientelisme adalah bagian yang tidak diinginkan, namun sayang sekali kebanyakan kasus, hidup dalam sistem demokrasi. Salah satu bentuk klientelisme adalah jual beli suara. Riset ini bertujuan meneliti penentu, utamanya faktor sosio-ekonomi, dalam pengaruhnya terhadap keputusan memilih. Studi-studi sebelumnya banyak yang menyebutkan bahwa kemiskinan dan pencapaian pendidikan adalah salah dua dari banyak faktor penentu. Dengan mereplikasi bagian-bagian dari penelitian sebelumnya, penelitian ini mendapatkan hasil yang indentikal dengan penelitian sebelumnya, namun terdapat beberapa tambahan. Faktor lain seperti religiusitas, kemampuan membaca, tempat tinggal dan faktor lainnya juga menjadi penentu.

Kata kunci: ekonomi, ekonomi politik, ekonomi perilaku, perilaku politik, klientelisme, jual-beli suara.