

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.5.2 Kegunaan Penelitian.....	16
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
2.1 Telaah Pustaka.....	17
2.1.1 Konsep Pemasaran Politik (Political Marketing).....	17
2.1.2 Konsep Perilaku Pemilih.....	27
2.1.3 <i>Brand Equity</i> .....	32
2.1.3.1. Pengertian .....	32
2.1.3.2. Pendekatan Pengukuran <i>Brand Equity</i> .....	37
2.1.3.3. <i>Brand Equity</i> Dalam Marketing Politik .....	38
2.1.4. <i>Brand Personality</i> .....	39
2.1.4.1. Lima Dimensi Inti <i>Brand Personality</i> dan Aspeknya .....	42
2.1.4.2. <i>Brand Personality</i> Dalam Marketing Politik .....	46
2.1.5. <i>Sales Promotion</i> .....	48
2.1.5.1. <i>Sales Promotion</i> Dalam Marketing Politik .....	50
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	51
2.1.7. Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kebumen 2015 .....	52
2.2 Penelitian Terdahulu .....	57
2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	59
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Personality</i> Kandidat Terhadap <i>Brand Equity</i> .....	59
2.3.2 Pengaruh Kampanye Kandidat Terhadap <i>Brand Equity</i> ...	60
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Equity</i> Kandidat Terhadap Keputusan Memilih Oleh Pemilih.....	62

2.3.4 Pengaruh <i>Brand Personality</i> Kandidat Terhadap Keputusan Memilih Oleh Pemilih.....	63
2.3.5 Pengaruh Kampanye Kandidat Terhadap Keputusan Memilih Oleh Pemilih .....	64
2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	65
2.5 Definisi Operasional Variabel .....	66
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>
3.1 Jenis Dan Sumber Data .....	67
3.2 Populasi dan Sampel.....	68
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	70
3.4 Teknik Analisis Data .....	71
3.4.1 Analisis Kuantitatif .....	74
3.4.1.1 Analisa Inferensial.....	74
3.4.2 Analisis Kualitatif .....	81
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>82</b>
4. 1.Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	82
4. 2.Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir, Usia dan Jenis Kelamin .....	85
4. 3.Analisis Data Penelitian .....	87
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	87
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	93
4.3.3. Uji Validitas .....	94
4.4. Pengujian Asumsi SEM.....	95
4.4.1. Evaluasi Normalitas Data.....	95
4.4.2. Multivariate Outliers .....	96
4.4.3. Evaluasi atas Multicollinearity dan Singularity .....	97
4.4.4. Interpretasi dan Modifikasi Model.....	98
4.5. Analisis Sturktural Equation Modelling.....	98
4.6. Pengujian Hipotesis .....	101
4.7. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis .....	102
4.7.1. Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap <i>Brand Equity</i> Kandidat.....	102
4.7.2. Pengaruh Kampanye Terhadap <i>Brand Equity</i> Kandidat... .....	102
4.7.3. Pengaruh Terhadap <i>Brand Equity</i> Kandidat Terhadap Keputusan Memilih.....	103
4.7.4. Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Keputusan Memilih.....	103
4.7.5. Pengaruh Kampanye Terhadap Keputusan Memilih .....	103
4.8. Pendalaman Melalui Wawancara Simpul.....	104
4.8.1. Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap <i>Brand Equity</i> Kandidat .....	104
4.8.2. Pengaruh Kampanye Terhadap <i>Brand Equity</i> Kandidat ... .....	107
4.8.3. Pengaruh Terhadap <i>Brand Equity</i> Kandidat Terhadap Keputusan Memilih.....	110
4.8.4. Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Keputusan	

Memilih.....	112
4.8.5. Pengaruh Kampanye Terhadap Keputusan Memilih .....	114
4.8.6. Faktor Domain Memilih.....	116
4.8.7. Proses Menentukan Pilihan.....	119
4.8.8. Pembahasan.....	120
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN .....</b>	<b>124</b>
5.1. Kesimpulan Hipotesis.....	124
5.2. Kesimpulan atas Masalah Penelitian .....	125
5.3. Implikasi Kebijakan.....	126
5.3.1.Implikasi Teoritis .....	126
5.3.2.Implikasi Manajerial .....	127
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	128
5.5. Agenda Penelitian Mendarang.....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>135</b>