

**PENGARUH *POLITICAL MARKETING MIX* (Produk, Promosi,  
Harga, Tempat) TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH  
GUBERNUR 2018  
(Studi Kasus Pemilih Pemilu Kecamatan Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh :  
Anjar Wulandari**

**Dosen Pembimbing:  
Erminati P, ST.M,S.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *political marketing mix* (Produk, Promosi, Harga, Tempat) terhadap keputusan memilih pada pemilih pemilu Kecamatan Jombang. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional, yakni penelitian yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih dan seberapa besar korelasi atau hubungan yang ada pada variabel-variabel yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni metode riset yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti populasi sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemilih pemilu kecamatan Jombang yang berjumlah 102,923 jiwa. Sedangkan Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 64 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS *statistic 20*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, promosi, berpengaruh secara signifikan sedangkan harga dan tempat tidak signifikan terhadap keputusan memilih. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk, promosi, berpengaruh secara signifikan sedangkan harga dan tempat tidak signifikan terhadap keputusan memilih.

**Kata Kunci : *Political Marketing Mix (Produk, Promosi, Harga, Tempat) ,  
Keputusan Memilih***

***INFLUENCE OF MIX POLITICAL MARKETING (Products,  
Promotions, Prices, Places) ON THE DECISION OF CHOOSING  
THE GOVERNOR OF 2018  
(Case Study of Election Voters in Jombang District)***

**ABSTRACT**

**By:  
Anjar Wulandari**

**Mentor :  
Erminati P, ST.M,S.M**

*This study aims to determine the effect of political marketing mix (Products, Promotion, Prices, Places) on the decision to vote on election voters in Jombang District. This type of research is a type of correlational research, namely research that aims to determine whether there is a relationship between two variables or more and how much correlation or relationship that exists in the variables studied.*

*This study uses a quantitative approach namely research methods based on the philosophy of positivism, used in researching a particular sample population. The population in this study were all election voters in Jombang sub-district which amounted to 102,923 people. While the samples in this study were 64 people taken using Accidental sampling technique. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis method in this study using multiple linear regression analysis with SPSS statistical tools 20.*

*The results showed that products, promotions, had a significant effect while prices and places were not significant to the decision to choose. Thus it can be concluded that products, promotions, have a significant effect while prices and places are not significant to the decision to choose.*

**Keywords: Political Marketing Mix (Product, Promotion, Price, Place),  
Decision Making**