



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Gerindra merupakan sebuah organisasi partai politik yang terdaftar secara resmi di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, sehingga bisa dikatakan Partai Gerindra merupakan partai politik yang sudah berbadan hukum tetap. Maka Partai Gerindra memiliki hak untuk mengikuti proses pemilihan umum sesuai dengan peraturan yang sudah diatur oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU).

##### **3.1.1 Sejarah Partai Gerindra**

Partai Gerindra hadir untuk membawa perubahan pada rakyat dengan tujuan agar terciptanya kesejahteraan. Dalam sebuah perjalanan menuju Bandara Soekarno-Hatta, terjadi perbincangan antara intelektual muda Fadli Zon dan pengusaha Hashim Djojohadikusumo. Ketika itu, November 2007, keduanya membahas keadaan politik terkini, yang jauh dari nilai-nilai demokrasi sesungguhnya. Demokrasi sudah mulai hilang karena orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan orang yang memiliki kapital besar yang hanya bisa menguasai kekayaan negara. Akibatnya, rakyat hanya jadi alat. Bahkan, siapapun yang tidak memiliki kekuasaan ekonomi dan politik akan dengan mudah menjadi korban ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 27 September 2014).

Bila keadaan ini dibiarkan, negara hanya akan diperintah oleh para mafia. Fadli Zon lalu mengutip kata-kata politisi Inggris abad kedelapan belas, Edmund Burke: *“The only thing necessary for the triumph [of evil] is for good men to do nothing.”* Dalam terjemahan bebasnya, “kalau orang baik-baik tidak berbuat apa-apa, maka para penjahat yang akan bertindak” terinspirasi oleh kata-kata tersebut, Hashim pun setuju bila ada sebuah partai baru yang memberikan keadaan baru dan harapan baru. Tujuannya tidak lain, agar negara ini bisa diperintah oleh seseorang yang memerhatikan kesejahteraan rakyat, bukan untuk kepentingan golongannya saja. Sementara kondisi yang sedang berjalan, justru memaksakan demokrasi di tengah kesulitan dalam hal kemiskinan ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 27 September 2014).

Gagasan pendirian partai pun kemudian diwacanakan di sekeliling orang-orang Hashim dan Prabowo. Ternyata, tidak semua setuju. Ada pula yang menolak, dengan alasan bila ingin ikut terlibat dalam proses politik sebaiknya ikut saja pada partai politik yang ada. Kebetulan pada saat itu, Prabowo adalah anggota Dewan Penasihat Partai Golkar, sehingga beliau bisa mencalonkan diri maju menjadi ketua umum. Namun, ketika itu Ketua Umum Partai Golkar Jusuf Kalla adalah wakil presiden mendampingi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Sehingga kecil kemungkinan peluang bagi Prabowo untuk bisa menyaingi popularitas Jusuf Kalla ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 27 September 2014).

Setelah perdebatan cukup panjang, akhirnya disepakati perlu ada partai baru yang benar-benar memiliki manifesto perjuangan demi kesejahteraan rakyat. Untuk

mematangkan konsep partai, pada Desember 2007, di sebuah rumah, yang menjadi markas IPS (*Institute for Policy Studies*) yang bertempat di Bendungan Hilir, maka berkumpul sejumlah nama. Selain Fadli Zon, hadir pula Ahmad Muzani, M. Asrian Mirza, Amran Nasution, Halida Hatta, Tanya Alwi dan Haris Bobihoe. Mereka membicarakan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART) partai yang akan dibentuk. Hashim sangat antusias pada gagasan awal untuk mendirikan partai politik. Akhirnya, pembentukan partai pun terus dilakukan secara berkelanjutan. Hingga akhirnya, nama Gerindra muncul, yang diciptakan oleh Hashim sendiri. Sedangkan lambang kepala burung garuda digagas oleh Prabowo Subianto ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 27 September 2014).

Pembentukan Partai Gerindra terbilang singkat. Sebab dideklarasikan berdekatan dengan waktu pendaftaran dan masa kampanye pemilihan umum, yakni pada 6 Februari 2008. Dalam deklarasi itu, tertulis visi, misi dan manifesto perjuangan partai, yakni terwujudnya tatanan masyarakat Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil dan makmur serta beradab dan berketuhanan yang berlandaskan Pancasila sebagaimana tertulis dalam pembukaan UUD tahun 1945 ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 27 September 2014).

Menurut Partai Gerindra, budaya bangsa dan wawasan kebangsaan harus menjadi modal utama dalam membentuk persatuan dan kesatuan. Sehingga perbedaan di antara kita justru menjadi rahmat dan menjadi kekuatan bangsa Indonesia. Namun demikian mayoritas rakyat masih berada dalam kesulitan, sistem politik yang belum mampu merumuskan dan melaksanakan perekonomian nasional secara baik dan benar

agar mayoritas bangsa indonesia terlepas dari kemiskinan. Bahkan dalam upaya membangun bangsa, kita masih mengikuti sistem ekonomi pasar.

Sistem ekonomi pasar telah merusak perekonomian bangsa, yang menyebabkan situasi yang sulit bagi kehidupan rakyat dan bangsa. Hal itu berakibat bertambahnya jumlah rakyat yang miskin dan menganggur. Pada situasi demikian, tidak ada pilihan lain bagi bangsa indonesia ini kecuali harus menciptakan suasana kemandirian bangsa dengan membangun sistem ekonomi kerakyatan. Partai Gerindra peduli untuk memberikan pengabdianya bagi bangsa dan negara dan bertekad memperjuangkan kemakmuran dan keadilan di segala bidang yang menjadi prioritas Partai Gerindra ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 27 September 2014).

### **3.1.2. Lambang Partai Gerindra**

Memberi nama partai politik cukup sulit. Karena nama partai berkaitan dengan persepsi yang akan diingot oleh masyarakat selaku konstituen. Sebelum nama Gerindra muncul, para pendiri partai ini seperti Prabowo Subianto, Hashim Djojohadikusumo, Fadli Zon dan Muchdi Pr juga harus memikirkan nama yang tepat. Ketika itu di Bangkok, Thailand, mereka berkumpul untuk acara Sea Games Desember 2007, demi mendukung tim indonesia, terutama polo dan pencak silat yang berhasil lolos untuk dipertandingkan saat itu ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 28 September 2014).

Saat itu Prabowo adalah ketua IPSI (Ikatan Pencak Silat Seluruh Indonesia). Namun pada kesempatan tersebut kemudian dimanfaatkan untuk membahas nama

dan lambang partai. Nama partai harus memperlihatkan karakter dan ideologi yang nasionalis dan kerakyatan sebagaimana manifesto Partai. tersebutlah nama Partai Indonesia Raya. Nama yang sebenarnya tepat, namun sayang pernah digunakan di masa lalu, yakni PIR (Partai Indonesia Raya) dan Parindra. Maka muncul kata-kata gerakan, yang kemudian menjadi Gerakan Indonesia Raya. Peserta rapat pun kemudian menyetujuinya. Selain mudah diucapkan, juga mudah diingat dengan nama Gerindra ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 28 September 2014).

Muncul ide untuk menggunakan burung garuda. Namun, ini lambang yang sudah banyak digunakan partai lain. Simbol Pancasila yang tergantung di dada garuda, mulai dari bintang, padi kapas, rantai, sampai kepala banteng dan pohon beringin, sudah digunakan oleh partai yang ada sekarang. Untuk menemukan lambang yang tepat, Fadli Zon mengadakan survei kecil-kecilan ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 28 September 2014).

Hasilnya, sebagian masyarakat sebagian menyukai jika Gerindra menggunakan lambang harimau. Harimau adalah binatang yang sangat perkasa dan menggetarkan lawan. Namun, Prabowo memiliki ide lain, yakni hanya memakai kepala burung garuda. Gagasan itu disampaikan oleh Prabowo sendiri, yang juga disetujui oleh pendiri partai yang lain.



Gambar 3.1 Lambang Partai Gerindra

Sumber : [www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id)

Maka terbentuklah Partai Gerindra yang kita kenal sekarang. Perpaduan antara nama dan lambang yang tepat, sebab keduanya menggambarkan semangat kemandirian, keberanian dan kemakmuran rakyat. Kepala burung garuda yang menghadap ke kanan, melambangkan keberanian dalam bersikap dan bertindak. Sisik di leher berjumlah 17, jengger dan jambul 8 buah, bulu telinga 4 buah, dan bingkai gambar segi lima yang seluruhnya mengandung arti hari kemerdekaan, tanggal 17 bulan 8 tahun 1945. Dalam perjalanannya kemudian, terbukti, Gerindra mendapatkan tempat di hati masyarakat, meski berusia muda. Ketika iklan kampanye gencar dilakukan, burung garuda dan suaranya ikut memberi latar belakang sehingga para penonton merasa familiar dengan iklan tersebut ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 28 September 2014).

### 3.1.3 Visi Misi Partai Gerindra dan 6 Program Aksi Transformasi Bangsa

Keberadaan Partai Geindra dalam perpolitikan nasional memiliki visi "menjadi partai politik yang mampu menciptakan kesejahteraan rakyat, keadilan sosial, dan tatanan politik negara yang melandaskan diri pada nilai-nilai nasionalisme dan religiusitas dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia." Untuk mewujudkan visi tersebut, Partai Gerindra melaksanakan misi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara antara lain ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 28 September 2014).

1. Mempertahankan kedaulatan dan tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.
2. Mendorong pembangunan nasional yang menitik beratkan pada pembangunan ekonomi kerakyatan, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan pemerataan hasil-hasil pembangunan bagi seluruh warga bangsa dengan mengurangi ketergantungan kepada pihak asing.
3. Membentuk tatanan sosial dan politik masyarakat yang kondusif untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dan kesejahteraan rakyat.
4. Menegakkan supremasi hukum dengan mengedepankan praduga tak bersalah dan persamaan hak di depan hukum.
5. Merebut kekuasaan pemerintahan secara konstitusional melalui pemilu (pemilihan umum) legislatif dan pemilu presiden untuk menciptakan lapisan kepemimpinan nasional yang kuat.

Sebagai partai yang modern, Partai Gerindra memiliki pokok perjuangan (*platform*) yang jelas di setiap bidang kehidupan yang tertulis dalam program yang



ditawarkan oleh Partai Gerindra. salah satu perjuangan Partai Gerindra yang dominan adalah mengembangkan ekonomi kerakyatan. Ekonomi kerakyatan menjadi rujukan pokok dari realisasi visi Partai Gerindra. Ekonomi kerakyatan termasuk salah satu dari 6 Program Aksi Transformasi Bangsa, 6 program tersebut secara garis besar, di antaranya: Membangun ekonomi yang kuat adil dan makmur. Melaksanakan ekonomi kerakyatan. Membangun kedaulatan pangan dan energi serta pengamanan sumber daya air. Meningkatkan kualitas pembangunan manusia Indonesia melalui program pendidikan, kesehatan, soisal dan budaya serta olahraga. Membangun infrastruktur dan menjaga kelestarian alam serta lingkungan hidup. Membangun pemerintahan yang bebas korupsi, kuat tegas dan efektif ([www.partaigerindra.or.id](http://www.partaigerindra.or.id) diakses 28 September 2014).

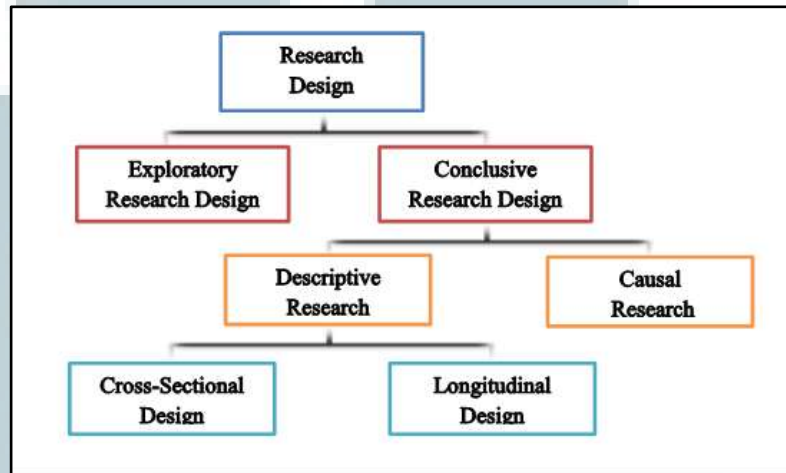
### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Malhotra (2012:98) *research design* atau desain penelitian adalah sebuah kerangka atau rancangan dalam melakukan proyek riset pemasaran dengan membuat rincian prosedur untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam riset pemasaran.

*Research design* diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu:

1. *Exploratory research*, yaitu sebuah desain penelitian yang memiliki tujuan utama untuk mencari wawasan dan pemahaman dari situasi masalah yang dihadapi oleh peneliti (Malhotra, 2012:100).

2. *Conclusive research design*, yaitu sebuah desain penelitian yang dirancang untuk membantu *decision maker* atau membuat keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih keputusan yang paling tepat untuk situasi tertentu (Malhotra, 2012:101).



Gambar 3.29 Klasifikasi *Marketing Research Designs*

Sumber: Malhotra, 2012:100

Berdasarkan gambar 3.2 dapat dilihat bahwa *conclusive research design* dibagi menjadi dua, yaitu:

1. *Descriptive research* adalah penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar (Malhotra, 2012:104). Terdapat dua metode dalam penelitian *descriptive*, yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* merupakan tipe desain penelitian yang mengambil *sample* dari populasi dalam satu waktu tertentu (Malhotra, 2012:105). *Longitudinal*

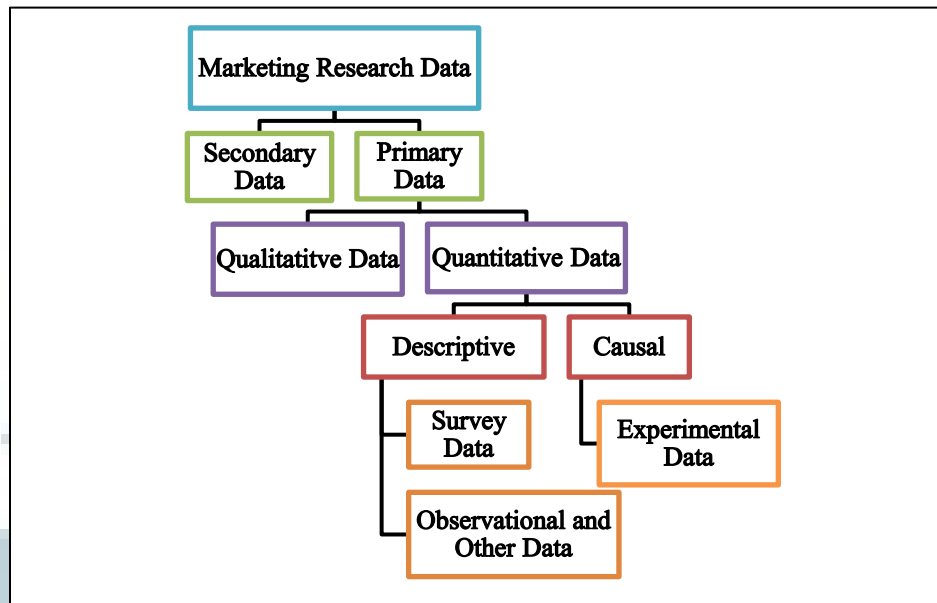
*design* merupakan tipe desain penelitian yang mengambil *sample* dari populasi dengan cara berulang kali (Malhotra, 2012:106).

2. *Causal research* adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendapatkan bukti-bukti mengenai hubungan sebab-akibat (Malhotra, 2012:108).

Desain penelitian ini merupakan jenis penelitian *descriptive*, dengan menggunakan Metode penelitian *cross-sectional design*, atau tepatnya menggunakan *single cross sectional*, yaitu kegiatan pengumpulan data dilakukan dari satu responden yang hanya untuk satu waktu saja. Peneliti mengambil *sample* dari populasi dalam satu waktu pada beberapa kelompok responden yang memilih Partai Gerindra pada pemilu (pemilihan umum) legislatif di tahun 2014.

*Marketing Research Data* terdiri dari dua jenis data yang dapat digunakan dalam melakukan riset pemasaran, yaitu:

1. Data primer merupakan data yang berasal dari peneliti, dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menangani suatu masalah penelitian (Malhotra, 2012:127).
2. Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya, yang telah dikumpulkan untuk menyelesaikan masalah penelitian lain (Malhotra, 2012:128).



Gambar 3.3 Klasifikasi *Marketing Resource Data*

Sumber: Malhotra, 2012:182

Berdasarkan gambar 3.3 dapat dilihat bahwa data primer diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Qualitative data* adalah penelitian yang memiliki pernyataan tidak terstruktur dan jumlah *sample* yang sedikit untuk menambah pengetahuan dan memahami permasalahan yang sedang terjadi (Malhotra, 2012:181).
2. *Quantitative data* adalah penelitian yang digunakan untuk mengukur sebuah data dan biasanya menggunakan berbagai bentuk analisis statistik (Malhotra, 2012:182). *Quantitative data* juga terbagi menjadi dua bagian, yaitu penelitian *descriptive* yang terbagi menjadi dua jenis data yaitu *survey data* dan *observational data*. *Survey data* merupakan

metode menggunakan kuesioner terstruktur yang diberikan kepada sampel dari populasi dan dirancang untuk memperoleh informasi dari responden (Malhotra, 2012:217). *Observational data* merupakan metode yang dilakukan dengan cara pencatatan pola perilaku orang, benda, dan peristiwa secara sistematis untuk memperoleh informasi tentang fenomena yang menarik (Malhotra, 2012:233). sedangkan *causal (experimental data)* merupakan proses memanipulasi satu atau lebih *independent variable* dan mengukur efek dari setiap *variable* (Malhotra, 2012:253).

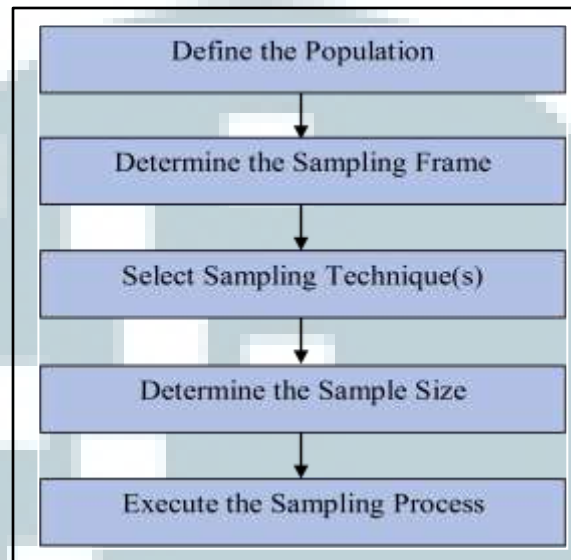
Dalam penelitian ini, data utama yang akan dipakai untuk menyimpulkan hasil penelitian adalah data primer. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan jenis penelitian *descriptive* dengan metode *survey data*. Metode pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang terstruktur. Kuesioner akan disebarakan kepada responden yang memilih Partai Gerindra pada pemilu (pemilihan umum) legislatif di tahun 2014, dimana pertanyaan dapat dijawab dengan memilih salah satu angka dari 7 *point likert type scale*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui *successful political marketing* Partai gerindra.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

*Sampling design process* terdiri dari lima tahap yang setiap tahapnya berhubungan dengan seluruh aspek dari projek *marketing research*, dari menentukan

populasi hingga melaksanakan proses pengambilan *sample* (Malhotra, 2012:369).

Berikut adalah tahap-tahap dari *sampling design process* :

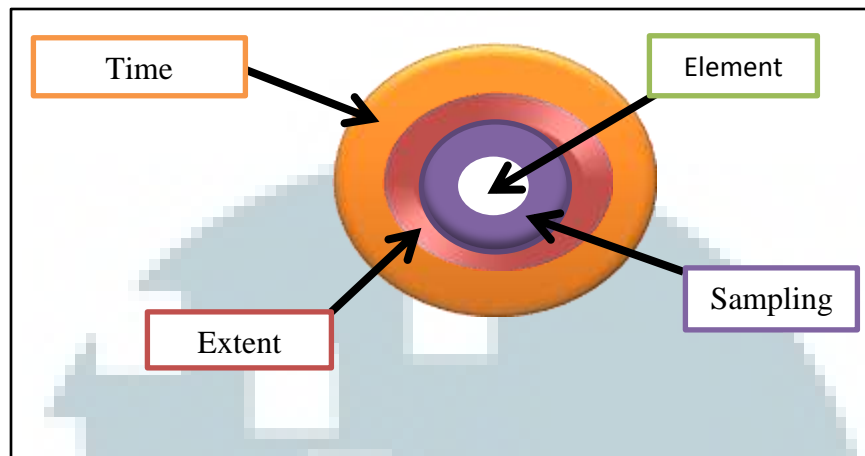


Gambar 3.4 *Sampling Design Process*

Sumber: Malhotra, 2012:36

### 3.3.1 Target Populasi

Target populasi adalah kumpulan dari elemen atau objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan peneliti akan membuat kesimpulan (Malhotra, 2012:369). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pemilih yang telah memilih Partai Gerindra pada pemilu (pemilihan umum) legislatif di tahun 2014.



Gambar 3.5 *Defining the Target Population*

Sumber: Malhotra, 2012:370

### 3.3.1.1 Sampling unit dan Element

*Sampling unit* adalah unit dasar yang mencakup dalam populasi yang akan dilakukan *sample* (Malhotra, 2012:369). *Sample* dalam penelitian ini adalah pemilih yang telah memilih Partai Gerindra pada Pemilihan Legislatif tahun di 2014 yaitu mereka yang mencoblos kolom nama calon legislative DPR-RI dari Partai Gerindra dan mencoblos kolom lambang Partai Gerindra ataupun mereka yang hanya mencoblos bagian kolom nama calon legislative DPR-RI dari Partai Gerindra dengan minimal usia 17 tahun dan memiliki tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh minimal diploma. *Element* adalah objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan tentang apa yang akan dibuat kesimpulan oleh peneliti (Malhotra, 2012:366). *Element* dalam penelitian ini adalah pria dan wanita dengan minimal usia 17 tahun dan memilih Partai Gerindra pada pemilu (pemilihan umum) legislatif di tahun 2014.

### 3.3.1.2 Extent dan Time Frame

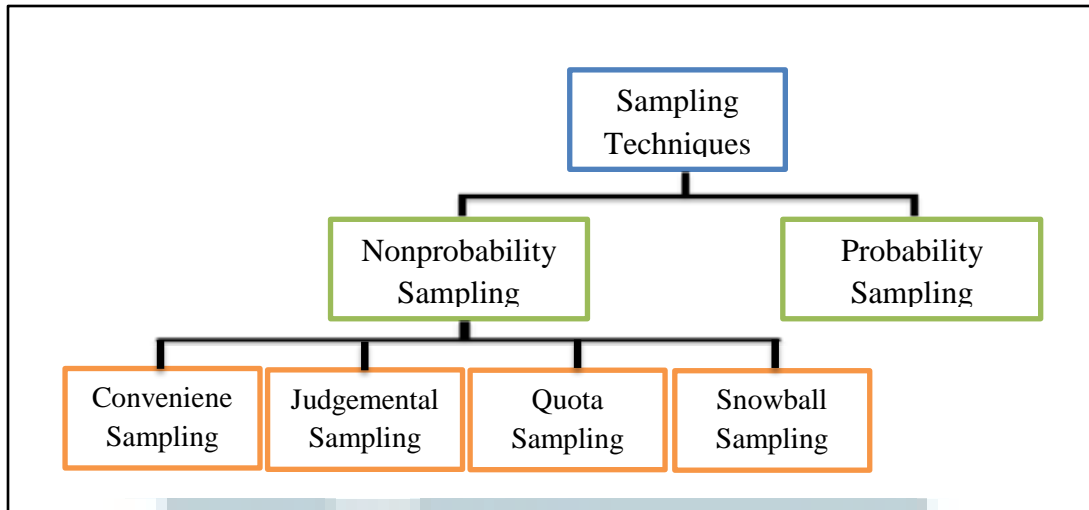
*Extent* mengacu kepada area geografis dimana penelitian ini dilakukan (Malhotra, 2012:369). *Extent* dalam penelitian ini adalah para pemilih Partai Gerindra yang berada di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan Bandung. Pembatasan *extent* pada wilayah-wilayah tersebut dilakukan dalam rangka mengoptimalkan hasil penelitian dengan pengambilan *scope* atas wilayah yang tidak terlalu luas. Selain itu Partai Gerindra juga mampu memperoleh suara yang signifikan pada wilayah-wilayah tersebut, dimana pada setiap dapil di wilayah JABODETABEK dan Bandung Partai Gerindra berhasil menempatkan para caleg (calon legislatif) yang terpilih untuk menjadi anggota DPR-RI pada periode 2014-2019. Sehingga menurut peneliti wilayah-wilayah tersebut bisa dijadikan wilayah yang potensial untuk menyebar kuesioner penelitian ini.

*Time Frame* adalah waktu pelaksanaan penelitian dan pengambilan data (Malhotra, 2012:370). Waktu penelitian hingga pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam penelitian ini dimulai dari bulan September 2014 hingga Januari 2015. Peneliti memulai melakukan penyebaran *pretest* pada tanggal 27 November 2014. Setelah hasil *pretest* valid dan reliabel, peneliti memulai penyebaran kuesioner untuk pengambilan data besar pada 5 Desember – 14 Desember 2014.



### 3.3.2 Teknik *Sampling*

Teknik yang digunakan dalam pengambilan *sample* terdiri dari dua jenis, yaitu *nonprobability sampling* dan *probability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana peneliti memilih elemen *sample* berdasarkan pada penilaian peneliti secara pribadi, sehingga tiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan *sample* dimana seluruh elemen pada populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi *sample* (Malhotra, 2012:371). Teknik pengambilan *sample* yang digunakan oleh peneliti adalah metode *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling* yang digunakan yaitu *judgemental sampling*. *Judgemental sampling* adalah *convenience sampling* dimana elemen dari populasi ditentukan oleh syarat dari peneliti atau terdapat berbagai syarat dan *judgement* untuk menjadi responden (Malhotra, 2012:375). Responden yang didapatkan dari *judgemental sampling* harus memenuhi beberapa kriteria, di antaranya responden memilih Partai Gerindra pada pemilu (pemilihan umum) legislatif tahun 2014. Responden yang mencoblos kolom nama caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra dan mencoblos kolom lambang Partai Gerindra ataupun mereka yang hanya mencoblos bagian kolom nama caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra. Responden tidak terdaftar ke dalam kepengurusan struktural di Dewan Pimpinan Pusat Partai Gerindra. Responden mengetahui 6 program Aksi Transformasi Bangsa yang dibuat Partai Gerindra dan pernah mengetahui program dari partai lain. Serta responden aktif di media sosial dan pernah mengakses media sosial (facebook atau twitter) Partai Gerindra.



Gambar 3.6 *Sampling Techniques*

Sumber: Malhotra, 2012:388

### 3.3.3 Ukuran *Sample* (*Sample Size*)

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair et al. (2010;522) bahwa penentuan banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya jumlah pernyataan pada kuesioner, dengan mengasumsikannya menjadi  $n \times 5$ . Dalam penelitian ini jumlah pernyataan adalah 19 pernyataan yang digunakan untuk mengukur 4 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah minimal 95 responden. Namun peneliti menambahkan jumlah responden sebanyak 65 responden, sehingga jumlah total keseluruhan responden dari penelitian ini ialah sebanyak 160 responden.

### 3.3.4 Proses *Sampling*

#### 3.3.4.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* adalah data yang didapat oleh peneliti secara original (asli) untuk tujuan tertentu dari masalah penelitian (Malhotra, 2012:127). *Primary data* didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara *offline*, yaitu dengan memberikan kuesioner fisik secara langsung pada responden. Sedangkan *secondary data* adalah data yang dikumpulkan dari sumber lain (Malhotra, 2012:128). *Secondary data* didapatkan melalui *website online* terkait dengan topik penelitian, jurnal ilmiah, artikel dengan topic terkait dan buku teks terkait dalam membantu penambahan data penelitian.

Sebelum menyebarkan kuesioner dalam jumlah yang besar, peneliti membuat pernyataan kuesioner *pre-test* dan membagikan langsung secara *offline* kepada responden secara *face to face*.

#### 3.3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara *offline* kepada responden. Peneliti akan meminta secara personal kepada responden yang memenuhi kualifikasi untuk mengisi kuisisioner. Sebelumnya peneliti akan memperkenalkan diri dan memberikan penjelasan mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Setelah itu peneliti akan menanyakan pertanyaan-pertanyaan *screening* terlebih dahulu untuk memastikan bahwa calon responden tergolong target populasi penelitian. Responden yang memenuhi kualifikasi akan diminta untuk mengisi

kuisisioner, dengan sebelumnya dijelaskan terlebih dahulu mengenai petunjuk pengisian.

### **3.3.4.3 Periode**

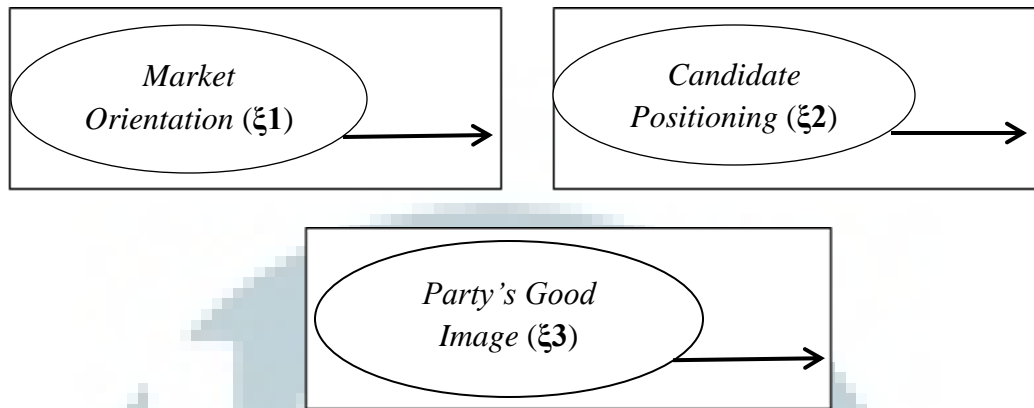
Periode pengerjaan skripsi adalah lima bulan September 2014 – Januari 2015. Pelaksanaan *pretest* dilakukan pada 27 November 2014 – 1 Desember 2014. Periode pengisian kuisisioner dalam jumlah besar dilakukan pada 5 Desember – 14 Desember 2014.

## **3.4 Identifikasi Variabel Penelitian**

Dalam *structural equation model* (SEM) terdapat variabel kunci yang harus diperhatikan, yaitu variabel laten. Dalam SEM terdapat 2 jenis variabel laten yaitu Eksogen dan Endogen.

### **3.4.1 Variabel Eksogen**

Variabel eksogen merupakan variabel laten, yang hanya dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. Variabel Eksogen selalu muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan semua anak panah yang menuju keluar. Notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani  $\xi$  (“ksi”) (Wijanto, 2008:10). Variabel Eksogen dalam penelitian ini adalah *market orientation*, *candidate positioning*, dan *party's good image*.

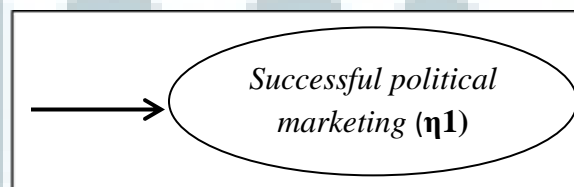


Gambar 3.7 Variabel Eksogen

Sumber: Wijanto, 2008: 11

### 3.4.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel laten yang terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah huruf Yunani  $\eta$  (“eta”). Variabel laten endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan paling sedikit ada satu anak panah masuk ke lingkaran tersebut, meskipun anak panah yang lain menuju ke luar dari lingkaran (Wijanto, 2008:10). Variabel endogen dalam penelitian ini adalah *successful political marketing*.



Gambar 3.8 Variabel Endogen

Sumber: Wijanto, 2008: 11

### 3.4.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*) adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut indikator. Setiap pertanyaan pada metode survei menggunakan kuesioner mewakili sebuah variabel teramati. Variabel teramati yang berkaitan atau merupakan efek dari variabel eksogen ( $\xi$ ) diberi notasi matematik dengan label X, sedangkan yang berkaitan dengan variabel endogen ( $\eta$ ) diberi label Y. Simbol diagram lintasan dari variabel teramati adalah bujur sangkar atau kotak (Wijanto, 2008:11). Variabel teramati dalam penelitian ini adalah 19 indikator.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini setiap variabel akan diukur dengan indikator-indikator yang sesuai dengan variabel yang bersangkutan agar tidak terjadi kesalahpahaman atau perbedaan persepsi mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis.

UMMN

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scaling technique
1	<i>Market Orientation</i>	Menanggapi kebutuhan dan preferensi pemilih dalam rangka untuk menciptakan nilai lebih bagi mereka, sehingga bisa dikatakan untuk mengungguli kompetitor yang memang kurang dalam berorientasi pasar (Kohli dan Jaworski, 1990; Narver dan Slater, 1990 dalam O'Cass dan Ngo,2006).	MO1	Menurut saya, 6 Program Aksi Transformasi Bangsa Partai Gerindra sudah mengakomodir kebutuhan bangsa Indonesia saat ini	Khatib (2012)	<i>Likert 7 points</i>
			MO2	Partai Gerindra berupaya untuk memahami keinginan rakyat yang tercermin melalui 6 Program Aksi Transformasi Bangsa Partai Gerindra	Khatib (2012)	
			MO3	Menurut saya, 6 Program Aksi Transformasi Bangsa Partai Gerindra bertujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh bangsa Indonesia saat ini	Khatib (2012)	
			MO4	6 Program Aksi Transformasi Bangsa Partai Gerindra memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan program partai yang lain.		
			MO5	Aspirasi saya sudah tercermin ke dalam 6 Program Aksi Transformasi Bangsa Partai Gerindra	Khatib (2012)	

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No	Variable Penelitian	Definisi Operasional Variable	Indikator	Measurement	Jurnal/ Referensi	Scalling technique
2	<i>Candidate Positioning</i>	Tindakan untuk menanamkan citra tertentu ke dalam benak para pemilih agar tawaran produk politik dari suatu kontestan memiliki posisi khas, jelas, dan meaningful (Kasali, 1998 dalam Cahyowati, 2014).	CP1	Saya mengenal caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra di dapil (daerah pemilihan) saya berada		<i>Likert 7 points</i>
			CP2	Caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra di dapil (daerah pemilihan) saya memiliki figur yang baik		
			CP3	Caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra diisi oleh para tokoh yang cukup dikenal oleh masyarakat di dapil (daerah pemilihan) nya		
			CP4	Caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra memiliki kedekatan dengan masyarakat di dapil (daerah pemilihan) nya	Khatib (2012)	
			CP5	Caleg (calon legislatif) DPR-RI dari Partai Gerindra mau memperjuangkan aspirasi dari masyarakat di dapil (daerah pemilihan) nya		



Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scalling technique
3	<i>Party's good image</i>	Berbagai asosiasi yang muncul dalam pikiran seseorang ketika pemilih mendengar nama sebuah organisasi (Flavianus et al, 2004; Nguyen dan Leclerc, 2011 dalam Amin, Isa, Fontaine, 2013)	I1	Menurut saya, Partai Gerindra memiliki citra yang kuat sebagai partai yang peduli dengan rakyat	Khatib (2012)	<i>Likert 7 points</i>
			I2	Partai Gerindra konsisten menjaga citra nya sebagai partai yang bersih dari kasus korupsi	Khatib (2012)	
			I3	Menurut saya, Partai Gerindra memiliki reputasi yang baik	Khatib (2012)	
			I4	Menurut saya, 6 Program Aksi Transformasi Bangsa Partai Gerindra memiliki kualitas program yang baik	Davis et al (2009)	



Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Measurement	Jurnal / Referensi	Scaling technique
4	<i>Successful political marketing</i>	Mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pemilih dalam jangka panjang dengan keuntungan bagi pihak masyarakat dan partai politik, sehingga tujuan dari para kandidat politik, individu, dan organisasi yang terlibat terpenuhi. (Hennerberg, 1996 dalam O'shaughnessy, 2001).	PM1	Partai Gerindra konsisten memperjuangkan janjinya setelah masa kampanye selesai	Khatib (2012)	<i>Likert 7 points</i>
			PM2	Partai Gerindra terbuka untuk menerima aspirasi dari para pemilih	Khatib (2012)	
			PM3	Partai Gerindra memanfaatkan media sosial (facebook dan twitter) untuk menjalin hubungan komunikasi dengan para pemilih	Khatib (2012)	
			PM4	Partai Gerindra memberikan penjelasan tentang kebijakan politik yang dibuat di DPR kepada para pemilih melalui media sosial (facebook dan twitter)	Khatib (2012)	
			PM5	Kebijakan politik yang dibuat Partai Gerindra di DPR berpihak kepada kepentingan rakyat		

### 3.6 Uji Instrumen Untuk *Pretest*

Peneliti melakukan pretest secara *offline* yaitu dengan membagikan kuesioner fisik kepada responden berjumlah 30 kuesioner. Uji instrumen dilakukan dengan bantuan SPSS versi 19.0. Data pretest yang telah dikumpulkan kemudian diuji validitas dan reliabilitas pada setiap variabel.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen mengukur apa yang mau diukur (Sekaran dan Boungie, 2010:157). Peneliti menggunakan SPSS 19 untuk menguji validitas dari setiap indikator. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dan Bartlett's *test*, *Sig*, MSA (*Measure of Sampling Adequacy*), dan *Component Matrix* adalah alat ukur untuk mengukur validitas. Untuk menentukan bahwa variabel tersebut adalah valid, maka KMO harus  $\geq 0,5$  (Kaiser, 1970) dan *Sig* harus  $< 0,05$  (Hair *et al.*, 2010:104), MSA harus  $\geq 0,5$  (Hair *et al.*, 2010:104), dan *factor loading* dalam *component matrix* harus  $\geq 0,5$  (Hair *et al.*, 2010:117).

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen terukur mengukur apa yang ingin diukur (Sekaran dan Boungie, 2010:157). Peneliti menggunakan SPSS 19 untuk menguji reliabilitas setiap indikator dari variabel. *Cronbach Alpha* merupakan alat ukur untuk mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliabel*, jika *cronbach alpha* nilainya lebih dari 0.7 (Hair *et al.*, 2010:126).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan SEM untuk melakukan analisis terhadap data penelitian. SEM dipilih karena dalam penelitian ini ingin mengetahui hubungan structural antara beberapa variabel laten. Salah satu program yang dapat digunakan untuk menjalankan SEM adalah AMOS. AMOS mampu menggambarkan dan mengukur hubungan-hubungan antar variabel secara bersamaan melalui *path diagram*.

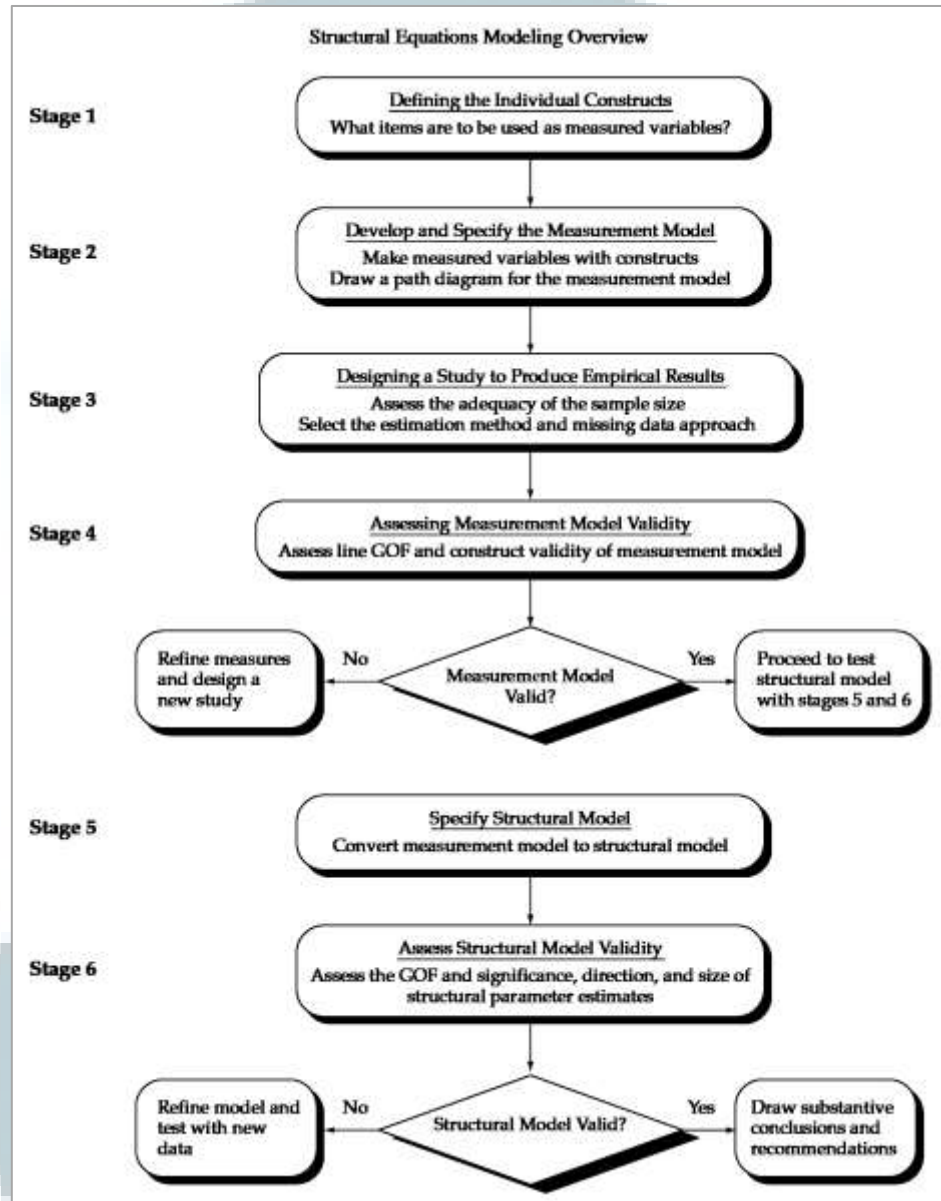
#### 3.7.1 *Structural Equation Modeling (SEM)*

*Structural Equation Modeling (SEM)* adalah model statistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *multiple variables* (Hair *et al.*, 2010:616). Teori dan model dalam ilmu sosial dan perilaku umumnya diformulasikan menggunakan konsep-konsep teoritis atau konstruk-konstruk yang tidak dapat diukur atau diamati secara langsung. Dari pernyataan diatas menimbulkan dua permasalahan dasar yang berhubungan dengan usaha untuk membuat kesimpulan ilmiah yaitu masalah pengukuran dan masalah hubungan kausal antara variabel. Isi sebuah model SEM terdiri dari:

- 1 Variabel Laten (*Unobserved variable*) dan variabel teramati (*observed variable, indicator*).
- 2 Variabel laten eksogen dan variabel laten endogen.
- 3 Kecocokan model, model pengukuran dan model struktural.

### 3.7.2 Tahap Dalam Prosedur SEM

Tahapan-tahapan prosedur untuk melakukan *structural equation modeling* (SEM) digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahapan Melakukan SEM

Sumber : Hair, Black, & Anderson (2010)

Tahap pertama adalah mendefinisikan masing-masing *construct* dan indikator-indikator untuk mengukurnya. Kemudian tahap selanjutnya adalah membuat diagram *measurement model* atau model pengukuran. Tahap selanjutnya adalah menentukan kecukupan dari *sample size* dan memilih metode estimasi dan pendekatan untuk menangani *missing data*. Setelah itu adalah mengukur validitas atau kecocokan model pengukuran. Jika model pengukuran dapat dikatakan valid, maka dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu mengubah model pengukuran menjadi model struktural. Kemudian tahap terakhir adalah menilai validitas atau kecocokan model struktural, apabila model struktural memiliki tingkat kecocokan yang baik, maka selanjutnya dapat diambil kesimpulan penelitian.

### **3.7.3 Identifikasi**

Sebelum melakukan estimasi dari model yang akan diteliti, perlu dilakukan pemeriksaan identifikasi dari model yang akan diteliti. Terdapat 3 kategori identifikasi menurut Wijanto (2008:39), yaitu sebagai berikut:

#### **3.7.3.1 *Under Identified***

Merupakan model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Pada SEM, model dikatakan *under identified* jika *degree of freedom* adalah negatif (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan *under identified* maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.



UMN

### 3.7.3.2 *Just Identified*

Merupakan model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan data yang diketahui. Pada SEM, model dikatakan *just identified* jika *degree of freedom* adalah 0 (Wijanto, 2008:39). Jika model menunjukkan *just identified*, maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.

### 3.7.3.3 *Over Identified*

Merupakan model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Pada SEM, model dikatakan *over identified* jika *degree of freedom* adalah positif (Wijanto, 2008:39). Ketika model *over identified*, maka estimasi dan penilaian dapat dilakukan. *Degree of freedom* dapat dihitung dengan cara jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini, hasil *degree of freedom* adalah  $(741-86): 655$ . Karena *degree of freedom* positif, maka model penelitian ini adalah *over identified*, sehingga estimasi dan penilaian dapat dilakukan.

### 3.7.4 **Estimasi**

Estimasi dilakukan untuk memperoleh nilai dari parameter-parameter yang ada di dalam model. Untuk mengetahui kapan estimasi cukup baik, maka diperlukan fungsi yang diminimaliskan melalui estimator *maximum likelihood*. Bentler dan Chou (1987) dalam Wijanto (2008:46), menyarankan bahwa paling rendah rasio 5 responden per variabel teramati. Berdasarkan pernyataan tersebut maka ukuran



sampel yang diperlukan untuk estimasi ML adalah minimal 5 responden untuk setiap variabel teramati yang ada di dalam model. Dalam penelitian ini terdapat 19 variabel teramati, maka diperlukan minimal 95 responden untuk estimasi *maximum likelihood*.

### 3.7.4.1 Uji Kecocokan

Pada uji kecocokan, peneliti memeriksa tingkat kecocokan antara data dengan model. Evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan melalui beberapa tahapan (Wijanto, 2008:49), yaitu:

- 1 Kecocokan keseluruhan model (*Overall model fit*)
- 2 Kecocokan model pengukuran (*Measurement model fit*)
- 3 Kecocokan model struktural (*Structural model fit*)

### 3.7.4.2 Kecocokan Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Tahap awal dari uji kecocokan ini ditunjukkan untuk mengevaluasi secara umum kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) antara data dengan model. Pada halaman berikut ini adalah tabel pengukuran kecocokan.

Tabel 3.2 Ukuran Kecocokan GOF *absolute*

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>		
<i>Statistic Chi-Square</i> ( $X^2$ )P	Nilai yang kecil $p > 0.05$	<i>Good Fit</i>

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<b><i>Absolute Fit Measure</i></b>		
<i>Non-Centraly Parameter</i> (NCP)	Nilai yang kecil Interval yang sempit	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index</i> (GFI)	$GFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR)	$SRMR \leq 0.05$	<i>Good Fit</i>
	$SRMR \geq 0.05$	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor Fit</i>
<i>Expected Cross-Validation Index</i> (ECVI)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai ECVI <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber: Wijanto, 2008:61

Tabel 3.3 Ukuran Kecocokan GOF *incremental*

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<b><i>Incremental Fit Measure</i></b>		
<i>Tucker- Lewis Index</i> atau <i>Non-Normsed Fit Index</i> (TLI atau NNFI)	$NNFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NNFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Normsed Fit Index</i> (NFI)	$NFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<b><i>Incremental Fit Measure</i></b>		
<i>Adjusted Goodness-of-Fit Index</i> (AGFI)	$AGFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$AGFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index</i> (RFI)	$RFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$RFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Index</i> (IFI)	$IFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$IFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Comperative Fit Index</i> (CFI)	$CFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$CFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>

Sumber: Wijanto, 2008:62

Tabel 3.4 Ukuran Kecocokan GOF *parsimonius*

<b>Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)</b>	<b>Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<b><i>Parsimonius Fit Measure</i></b>		
<i>Parsimonius Goodness of Fit Index</i> (PGFI)	$PGVI \geq 0.50$	<i>Good Fit</i>
<i>Akaike Information Criterion</i> (AIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai AIC <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Consistent Akaike Information Criterion</i> (CAIC)	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai CAIC <i>saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber: Wijanto, 2008:62

### 3.7.4.3 Kecocokan Model Pengukuran

Evaluasi atau uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap konstruk atau hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati / indikator melalui evaluasi terhadap validitas dan evaluasi terhadap reliabilitas

Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran:

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variable latennya, jika muatan faktor standarnya (*standardized factor loading*)  $\geq 0.70$  atau  $\geq 0.50$ .

Evaluasi terhadap reliabilitas (*reliability*) dari model pengukuran:

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator - indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Untuk mengukur reliabilitas dalam SEM dapat menggunakan ukuran reliabilitas komposit (*composite reliability measure*), dan ukuran ekstrak varian (*variance extracted measure*) dengan perhitungan sebagai berikut:

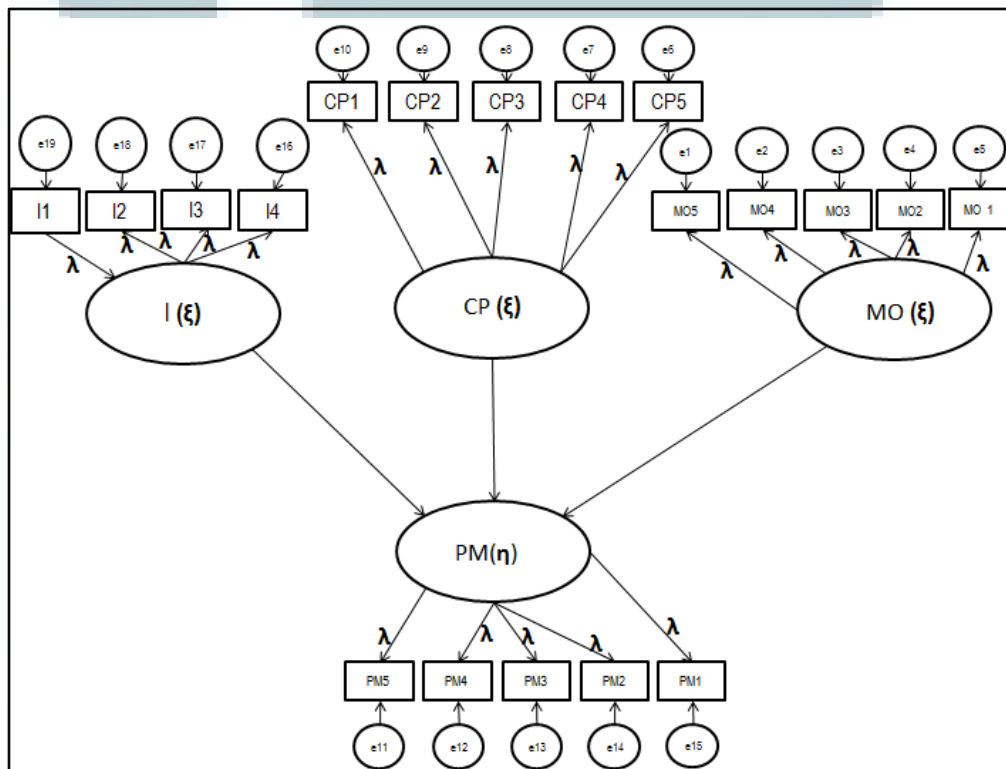
$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std. loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum e}$$

Reliabilitas konstruk dinyatakan baik apabila nilai *construct reliability* ( $CR$ )  $\geq 0.70$  dan nilai *variance extracted* ( $AVE$ )  $\geq 0.50$  (Hair *et al.*, 1998 dalam Wijanto, 2008:66).

### 3.7.4.4 Kecocokan Model Struktural

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang diestimasi di mana peneliti bisa mengetahui signifikansi koefisien yang mewakili hubungan kausal yang mewakili hubungan kausal yang dihipotesiskan. Tingkat signifikansi, lazimnya memiliki nilai = 0,05 (Wijanto, 2008:66).



Gambar 3.1010 Model Struktural

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

