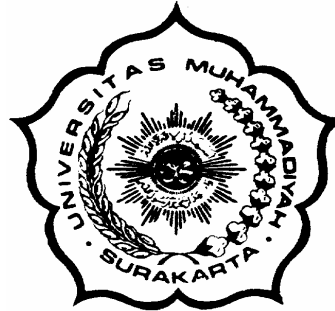


**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED OF JUSTICE* DAN
BRAND EQUITY PARTAI POLITIK TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PEMILIH DI WILAYAH SURAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

Fajar Lianata Ndria

B 100 050 397

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Partai politik merupakan suatu lembaga untuk menyampaikan aspirasi seseorang untuk mendapatkan jabatan dalam pemilihan umum. Dalam prakteknya partai politik adalah suatu sarana yang digunakan seseorang untuk mendapatkan keuntungan dalam pencapaian suatu jabatan tersebut. Bagi seorang pemilih hal ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk memahami peranan *perceived of justice* dan *brand equity* dalam penciptaan kepuasan dan loyalitas pemilih. Dalam hal inilah pikiran untuk menciptakan keadilan dalam persaingan dalam mendapatkan jabatan diperlukan agar terjadi keseimbangan dan mengurangi ketidakadilan yang sering terjadi di dalam suatu partai politik.

Oleh sebab itulah *perceived of justice* dan *brand equity* diperlukan untuk mengatasi berbagai persaingan dan penciptaan keadilan di dalam partai politik melalui kepuasan dan loyalitas pemilih. *Perceived of justice* dan *brand equity* bisa dilihat dan dimengerti melalui berbagai macam penelitian yang intinya hanyalah untuk memuaskan pemilih itu sendiri. *Perceived of justice* dan *brand equity* merupakan suatu usaha yang diperlukan oleh partai politik agar tersebut dapat lebih berkualitas serta mampu menjaga partai politik tersebut dari kehancuran maupun keterpurukan dibandingkan pesaing-pesaingnya yang lain. Sebagaimana telah diuraikan pada kata-kata diatas dapat diketahui bahwa keadilan diperlukan untuk politik dalam peranannya pada pemilihan umum dan juga

menjaga agar partai politik bersaing secara sehat dan bertanggung jawab untuk memenuhi janji-janjinya pada saat kampanye.

Dalam pengertiannya *perceived of justice* dan *brand equity* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas pemilih dalam menciptakan keadilan dalam persaingan di dunia usaha. Inilah masalah yang penulis inginkan guna mengetahui apakah perasaan keadilan dan ekuitas merek itu dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pemilih. Maka dipilihlah judul **“ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED OF JUSTICE* DAN *BRAND EQUITY* PARTAI POLITIK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PEMILIH DI WILAYAH SURAKARTA .”**

B. Perumusan Masalah

Kepuasan dan loyalitas pemilih terdapat beberapa unsur yang dapat ditentukan oleh *perceived of justice* dan *brand equity* . Didalam hal ini *perceived of justice* dan *brand equity* memiliki peran penting dalam pembentukan kepuasan dan loyalitas pemilih. Dari uraian dan latar belakang masalah yang tercantum diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived of justice* terhadap kepuasan dan loyalitas pemilih
2. Bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap kepuasan dan loyalitas pemilih.
3. Bagaimana pengaruh kepuasan itu sendiri terhadap loyalitas pemilih.

C. Tujuan Penelitian

Dari berbagaiobyek ataupun berbagai sumber penelitian ini bertujuan memahami bahwa pengetahuan mengenai kesan keadilan (*perceived of justice*) dan ekuitas merek (*brand equity*) berperan penting untuk membuat penelitian tentang pengaruh *perceived of justice* dan *brand equity* dalam membangun kepuasan pemilih dan loyalitas pemilih.

D. Manfaat Penelitian

Dari penjelasan yang disampaikan di atas dapat di ambil manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk mengetahui pentingnya ekuitas merek dan juga peran keadilan dalam penciptaan kepuasan pemilih.
2. Penelitian ini dapat memberi pengetahuan tentang pentingnya kepuasan pemilih dalam mempengaruhi loyalitas pemilih.
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat membantu mengetahui pentingnya suatu rasa keadilan dan ekuitas merek dalam penciptaan partai politik yang bertanggung jawab.
4. Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menciptakan produk baru yang sesuai aturan-aturan yang berlaku.
5. Mengatasi pesaing dengan penciptaan partai politik yang bertanggung jawab.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan tentang berbagai teori yang relevan dengan penelitian yaitu pengertian kepuasan konsumen, loyalitas pemilih, loyalitas merek, *perceived of justice* dan *brand equity*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, model penelitian, hipotesis, populasi, sampel, data dan sumber data, metodologi pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengukuran dan instrumen penelitian, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan gambaran umum obyek penelitian, gambaran populasi dan responden, analisis data, dan pembahasan dari analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang ditarik dari analisis data dan pembahasan, serta saran-saran.