

**ABSTRAK**

**Muhammad Arief Sumantri, 111614253015, Pengaruh Kepercayaan Politik Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Dengan *Vote Buying* Sebagai Variabel Moderator Pada Pemilihan Umum, Tesis, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Surabaya, 2018.**

Pemilu merupakan salah satu pilar utama bagi negara-negara penganut paham demokrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan politik terhadap partisipasi politik mahasiswa dengan *vote buying* sebagai variabel moderator, mengingat jumlah suara mahasiswa sebagai pemilih pemula pada pemilu 2019 akan mengalami peningkatan drastis.

Penelitian ini dilakukan pada 348 mahasiswa berstatus aktif yang berada di Kota Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Skala yang digunakan untuk mengukur Partisipasi Politik disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek dari Cottam *et al.*, (2012), kemudian Kepercayaan Politik berdasarkan dimensi dari Lewicki & Bunker (1995). Sedangkan untuk *Vote Buying* menggunakan indikator dari KPU (2015). Teknik analisis data untuk menguji hipotesis menggunakan uji *Multiple Linear Regression, Moderated Regression Analysis (MRA)* dan *Path Analysis* dengan bantuan program *SPSS 25 for windows* serta analisis PLS-SEM dengan bantuan program *WarpPLS 5.0*.

Hasil analisis menunjukkan Kepercayaan politik dan *vote buying* berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap partisipasi politik. Secara parsial, kepercayaan politik berpengaruh positif dengan nilai signifikansi 0,006 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,037. Sedangkan *vote buying* berpengaruh negatif dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi sebesar -0,090. Secara simultan diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,052 atau senilai dengan 5,2%. *Vote buying* juga signifikan sebagai variabel moderator yang memperkuat pengaruh kepercayaan politik terhadap partisipasi politik mahasiswa dengan nilai Beta sebesar 0,658 dan nilai signifikansi 0,048 serta Nilai Adjusted R-squared sebesar 0,092 atau senilai dengan 9,2%. *Vote Buying* dalam penelitian ini berperan sebagai *Quasi moderator* karena pengaruh variabel Z terhadap Y dan pengaruh interaksi  $Z \times X_1$  terhadap Y keduanya terbukti signifikan.

Saran yang dapat diungkapkan peneliti kepada para mahasiswa yaitu pilihlah kandidat dengan benar-benar mengedepankan dan mempertimbangkan visi misi yang ditawarkan, bukan memilih karena adanya janji atau nilai materil yang disodorkan. Jadilah pemilih yang cerdas dengan menjunjung asas jujur, adil, langsung, umum, bebas dan rahasia.

**Kata kunci:** Kepercayaan Politik, *Vote Buying*, Partisipasi Politik, Mahasiswa

**ABSTRACT**

**Muhammad Arief Sumantri, 111614253015, The Effects of Political Trust on College Student Political Participation with *Vote Buying* as Moderator Variable in General Elections, Thesis, Faculty of Psychology Airlangga University, Surabaya, 2018.**

Elections are one of the main pillars for democratic people. This research aims to determine the effect of political trust on college student political participation with *vote buying* as a moderator variable by considering that the number of college student votes as beginner voters in Indonesian 2019 General Election will experience a drastic increase.

This research was conducted on 348 active college students in Surabaya with *non-probability sampling* and *purposive sampling* technique. The scale used to measure the Political Participation of the college students was composed by researchers based on the aspects from Cottam *et al.*, (2012) whereas the Political Trust was assessed based on the dimensions from Lewicki & Bunker (1995). On the other hand, the *Vote Buying* system was examined by using the indicators from General Election Commissions of Indonesia (2015). The data analysis techniques to test the research hypotheses were done by using the *Multiple Linear Regression* test, *Moderated Regression Analysis* (MRA), and *Path Analysis* with the help of *SPSS 25 for windows* and *PLS-SEM analysis with WarpPLS 5.0 program*.

The results of the analysis show that political trust and *vote buying* partially and simultaneously affected political participation. Partially, political trust has a positive effect on political participation with a significance value of 0.006 and a regression coefficient of 0.037. While on the one hand, *vote buying* has a negative effect with a significance value of 0,000 and a regression coefficient of -0,090. Simultaneously, it is known that the value of coefficient of determination (R Square) is 0.052 or 5.2%. In addition to that, *vote buying* is also a significant moderator variable to strengthen the influence of political trust on college student political participation with a Beta value of 0.658, a significance value of 0.048, and Adjusted R-squared value of 0.092 (9.2%). In this study, *vote buying* acts as a *Quasi-moderator* because the effect of Z on Y and the effect of Z\*X1 interaction on Y are proven to be significant.

Therefore, the researchers suggest that all college students must choose candidates by really putting forward the vision and mission offered and not because of the promises or material values promoted. Be a smart voter by upholding honest, fair, direct, public, free, and confidential principles.

**Keywords:** Political Trust, *Vote Buying*, Political Participation, College Students