

**FANATISME DAN CITRA MEREK SEBAGAI PREDIKTOR
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE*
PADA SUPPORTER CLUB PERSEBAYA SURABAYA
(Studi Kasus Di Persebaya Store Komplek Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

KIKI PUTRIANA HAPSARI

NPM : 16420124

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KIKI PUTRIANA HAPSARI
NPM : 16420124
Alamat : LAKARSANTRI Gg 2b No. 25 Surabaya
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **FANATISME DAN CITRA MEREK SEBAGAI PREDIKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE PADA SUPPORTER KLUB PERSEBAYA SURABAYA (Studi Kasus Di Persebaya Store Komplek Surabaya)** Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



Kiki Putriana Hapsari

NPM. 16420124

SKRIPSI

**FANATISME DAN CITRA MEREK SEBAGAI PREDIKTOR
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE*
PADA SUPPORTER KLUB PERSEBAYA SURABAYA
(Studi Kasus Di Persebaya Store Komplek Surabaya)**

Diajukan Oleh:

KIKI PUTRIANA HAPSARI
NPM : 16420124

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr, SITI DJAMILAH, SE., MSi

Tanggal, 28-1-2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr, SITI DJAMILAH, SE., MSi

Tanggal, 28-1-2020

SKRIPSI
FANATISME DAN CITRA MEREK SEBAGAI PREDIKTOR
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE*
PADA SUPPORTER KLUB PERSEBAYA SURABAYA
(Studi Kasus Di Persebaya Store Komplek Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun Oleh :

KIKI PUTRIANA HAPSARI
NPM : 16420124

Susunan dewan penguji

Pembimbing Utama

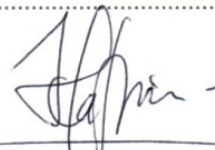


Dr. Siti Djamilah, SE., MSi.

Anggota Dewan Penguji Lain



Adrianto T, SE., MM.



Tri Tjahyo P, SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 28-1-2020



Dr. SITI DJAMILAH, SE., MSi

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **FANATISME DAN CITRA MEREK SEBAGAI PREDIKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* PADA SUPPORTER CLUB PERSEBAYA SURABAYA (Studi Kasus Di Persebaya Store Komplek Surabaya).**

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat sulit terwujud sebagaimana yang diharapkan, tanpa bimbingan dan bantuan selama proses pembuatan skripsi ini. Sehingga dalam kesempatan ini penulis sampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Gimanto G.,MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma serta segenap jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
2. Ibu Dwi Indah Musktikorini, SE, MM selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, saran dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberi masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat

terselesaikan tepat pada waktunya.

4. Seluruh jajaran pengajar Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
5. Kedua orang tua saya dan kakak serta sepupu saya beserta seluruh keluarga besar saya, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta pengertiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
6. Teman-temanku selama semester 1 sampai 7 Elia Ulfa Rahmawati, Karina Anjarsari, Lidia Nur Cahyani, terima kasih selama ini telah menjadi sahabat dan saudara bagi penulis, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan bantuan selama ini.
7. Teman-teman Persebaya Store Komplek, Muhammad Habi Zaelani, Nadian Khusnul, Fitri Nusantari, Anastasya Sasi, Ferliana Fauzan, Wahyu Ramadhan, Muhammad Ali Zainudin, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta pengertiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Surabaya, 17 Januari 2020
Penulis

Kiki Putriana Hapsari
NPM. 16420124

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Fanatisme	8
2.1.1. Definisi Fanatisme	8
2.1.2. Definisi Supporter Sepak Bola	9
2.1.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya Fanatisme	12
2.1.4. Aspek-Aspek Fanatisme Supporter	18

2.2.	Citra Merek.....	19
2.2.1.	Definisi Merek.....	19
2.2.2.	Definisi Citra Merek.....	21
2.2.3.	Faktor-faktor Terbentuknya Citra Merek	22
2.2.4.	Fungsi Dan Peran Citra Merek	23
2.3.	Keputusan Pembelian	24
2.3.1.	Definisi Keputusan Pembelian	24
2.3.2.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
2.3.3.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.3.4.	Indikator Keputusan Pembelian	31
2.4.	Definisi Perilaku Konsumen.....	32
2.4.1.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	32
2.5.	Definisi <i>Merchandise</i>	33
2.6.	Hubungan antara Fanatisme dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.6.1.	Hubungan Fanatisme Supporter Sepak Bola dengan Keputusan Pembelian	35
2.6.2.	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.7.	Penelitian Terdahulu.....	37
2.8.	Hipotesis dan Model Penelitian.....	38
2.8.1.	Hipotesis	38
2.8.2.	Model Penelitian.....	38
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Pendekatan Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	39

3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	39
3.3	Identifikasi Variabel	41
3.3.1	Variabel Independen.....	41
3.3.2	Variabel Dependen	41
3.4	Definisi Operasional	41
3.5	Jenis dan Sumber Data	43
3.5.1	Jenis Data.....	43
3.5.2	Sumber Data	43
3.6	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisa.....	44
3.7.1.	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	44
3.7.2.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.7.3.	Uji Hipotesis	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMIBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Manajemen Persebaya	49
4.1.1	Supporter Klub Persebaya Surabaya	49
4.1.2	<i>Official Merchandise Persebaya Store</i>	50
4.2.	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Karakteristik Responden Penelitian.....	52
4.2.1.1.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	52
4.2.1.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.1.3.	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	54
4.2.1.4.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	54
4.2.1.5.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan ..	55

4.2.1.6.	Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran rata-rata pertahun untuk membeli Official <i>Merchandise</i> Persebaya	56
4.2.1.7.	Karakteristik Responden berdasarkan Asal daerah.....	56
4.2.1.8.	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	57
4.2.1.9.	Karakteristik Responden berdasarkan Kartu Member	58
4.2.2	Hasil Tanggapan Responden	58
4.2.2.1.	Variabel Fanatisme.....	59
4.2.2.2.	Variabel Citra Merek	61
4.2.2.3.	Variabel Keputusan Pembelian	62
4.3.	Analisis Hasil Penelitian.....	63
4.3.1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	63
4.3.2.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.3.3.	Koefisien Determinasi	69
4.3.4.	Koefisien Determinasi	69
4.4.	Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran	76
5.3.	Keterbatasan Penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	42
Tabel 4.1	Tempat dan Alamat Persebaya <i>Store</i>	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	54
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	55
Tabel 4.7	Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran rata-rata pertahun untuk membeli <i>Official Merchandise</i> Persebaya	56
Tabel 4.8	Karakteristik Responden berdasarkan Asal daerah.....	57
Tabel 4.9	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	57
Tabel 4.10	Karakteristik Responden berdasarkan Kartu Member	58
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap Variabel Fanatisme (X1)	59
Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek (X2)	61
Tabel 4.13	Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Fanatisme.....	66
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	66
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.18	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.19	Hasil Perhitungan SPSS Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.20	Hasil Perhitungan Anova Uji F.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Uji t.....	47
Gambar 3.2	Uji F	48
Gambar 4.1	Hasil Uji t Variabel Fanatisme.....	71
Gambar 4.2	Hasil Uji t Variabel Citra Merek.....	72
Gambar 4.3	Hasil Uji F.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Output Uji Validitas dan Reliabilitas X1
3. Output Uji Validitas dan Reliabilitas X2
4. Output Uji Validitas dan Reliabilitas Y
5. Output Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fanatisme supporter sepak bola dan citra merek terhadap keputusan pembelian *merchandise* pada supporter klub Persebaya Surabaya. Hipotesis dari penelitian ini adalah Fanatisme supporter sepak bola dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* pada supporter klub Persebaya Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Persebaya Store Komplek di Jl. Slamet No 11, Surabaya. Sampel dalam penelitian ini yaitu pengunjung Persebaya Store Komplek yang memiliki kartu member Persebaya Selamanya dan Bonek Card dengan jumlah sampel 80 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Fanatisme dan Citra Merek. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil yang valid dan *reliable*. Dari hasil uji regresi linear berganda membuktikan bahwa fanatisme dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* pada supporter klub Persebaya Surabaya. Dengan demikian hipotesis satu dan dua dalam penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci: Fanatisme, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Supporter Klub Persebaya

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of fanaticism of football supporters and brand image on the decision to purchase merchandise at supporters of the Persebaya Surabaya club. The hypothesis of this study is fanaticism of football supporters and brand image significantly influence the decision to buy merchandise at supporters of the Persebaya Surabaya club. The population in this study were all Persebaya Store Complex visitors on Jl. Slamet No. 11, Surabaya. The sample in this study is Persebaya Store Komplek visitors who have a Persebaya Selamanya member card and Bonek Card with a sample size of 80 respondents. The independent variables in this study are fanaticism and brand image. The dependent variable in this study is the Purchasing Decision. The analysis technique in this study is multiple linear regression analysis. Before a multiple linear regression analysis is performed, a validity and reliability test is performed. The results of the validity and reliability test showed valid and reliable results. From the results of multiple linear regression tests prove that fanaticism and brand image have a significant effect on purchasing decisions for merchandise at supporters of the Persebaya Surabaya club. Thus hypotheses one and two in this study can be accepted.

Keywords: *Fanaticism, Brand Image, Purchase Decision, Club Persebaya Supporters*