

**PENGARUH FANATISME SUPORTER SEPAKBOLA PASERBUMI  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE*  
KLUB PERSIBA BANTUL**

**SKRIPSI**

Ditulis dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Akhir Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta



Nama : Johan Manaji  
Nomor Mahasiswa : 144114928  
Jurusan : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA**

**2018**

## LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Johan Manaji  
Nomor Mahasiswa : 144114928  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH FANATISME SUPORTER SEPAKBOLA  
PASERBUMI PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*MERCHANDISE* KLUB PERSIBA BANTUL

Dengan ini saya menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib STIE Widya WIwaha Yogyakarta.

Yogyakarta, 31 Juli 2018

Penulis

Johan Manaji

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH FANATISME SUPORTER SEPAKBOLA PASERBUMI  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE*  
KLUB PERSIBA BANTUL**

Nama : Johan Manaji  
Nomor Mahasiswa : 144114928  
Jurusan : Manajemen

Yogyakarta, 31 Juli 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing

---

Drs. Muhammad Mathori, M. Si

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fanatisme supporter Paserbumi pada keputusan pembelian *merchandise* klub sepakbola Persiba Bantul. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fanatisme supporter Persiba Bantul Paserbumi pada perilaku keputusan pembelian *merchandise* klub. Subjek penelitian ini adalah 100 anggota Paserbumi. Metode yang digunakan adalah analisis regresi liner sederhana Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya, maka kesimpulan hasil analisis yaitu bahwa variabel fanatisme supporter sepakbola Paserbumi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian *merchandise* Klub Persiba Bantul (nilai sig. 0,000 <0,05). Besaran pengaruh diambil dari adjusted R Square diperoleh sebesar 0,252. Menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi fanatisme supporter sepakbola sebesar 25,2%. Selebihnya 74,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : fanatisme supporter sepakbola, keputusan pembelian

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini saya persembahkan untuk**

- 1. Bapak dan Ibu**
- 2. Istri tercinta**
- 3. Kakaku**
- 4. Ketiga Ponakan**

**STIE Widya Wiwaha  
Jangan Plagiat**

## MOTTO

*“man jadda wajada”*

**“barang siapa bersungguh-sungguh, dia (akan) mendapatkan”**

*“man shabara zhafira”*

**“siapa yang bersabar pasti beruntung”**

*“wa man sara ala darbi washala”*

**“dan siapa yang menapaki jalan Allah SWT akan sampai ke tujuan”**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa memberikan nikmat-Nya berupa nikmat ilmu dan nikmat sehat sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi beserta Shalawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, semoga kita termasuk orang yang mendapatkan syafaat.

Skripsi ini dapat tersusun dengan baik tentunya berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, secara khusus penulis menyampaikan terimakasih pada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rezeki dan kesempatan penulis sehingga mampu menyelesaikan pendidikan
2. Drs. Muhammad Mathori, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing penulis sehingga terselesaikan skripsi ini..
3. Drs. Muhammad Subhan, MM selaku Ketua STIE Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah banyak membantu semsa perkuliahan
4. Kedua orang tua H. Erlan Sarjuni dan Hj. Ngatimah yang telah membimbing dan mendidik saya sehingga mengantarkan ke jenjang pendidikan yang sebelumnya tidak terbayangkan
5. Istri tercinta Nurmita Utari yang dengan setia dan penuh kesabaran memberikan dorongan, doa serta motivasi selama mengikuti perkuliahan sampai skripsi ini terselesaikan.
6. Kakak saya Erlin Nur Hastuti yang telah membantu memberi doa dan semangat mengerjakan skripsi
7. Ketiga keponakan saya. Kafi Ahmad Nurahman, Akifa Khaylila Rahman, dan Afika Fariha Rahman yang selalu menghibur dan membuat saya tertawa.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu saya

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Namun besar harapan penulis semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca

Yogyakarta, 31 Juli 2018

Penulis

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
ABSTRAK.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	8
2.2 Fanatisme Suporter.....	14

2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Hipotesis.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Gambaran Umum Persiba Bantul.....	20
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Variabel Penelitian.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Populasi dan Sampel.....	27
3.7 Metode Analisis Data.....	28
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Analisis Deskriptif.....	32
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Uji Kualitas Data.....	41
4.5 Uji Hipotesis.....	42
4.5 Pembahasan.....	45
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2. Saran.....	49
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Merchandise Persib Bantul Oleh Toko Reds Tahun 2017.....	4
Tabel 3.1 Daftar Pengurus Paserbumi.....	23
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	33
Tabel 4.2 Usia Responden.....	33
Tabel 4.3 Pendapatan per Bulan Responden.....	34
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4.5 Merchandise Klub Persib Bantul Responden.....	36
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Fanatisme Suporter Sepakbola.....	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.8 Uji Validitas Fanatisme Suporter Sepakbola.....	39
Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.12 Uji Linieritas.....	42
Tabel 4.13 Persamaan Regresi.....	43
Tabel 4.14 Uji t.....	44
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran.....	19
----------------------------------	----

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sepak bola merupakan olah raga yang populer dan telah berkembang di Indonesia. Olah raga ini dikemas secara sederhana sehingga dapat dinikmati berbagai kalangan. Kini perkembangan olah raga ini sudah semakin pesat sehingga akan mudah kita jumpai anak-anak kecil hingga dewasa bermain sepak bola di tanah lapang maupun penjurugang, dari yang mengenakan peralatan lengkap hingga yang tanpa mengenakan alas kaki, beragam kompetisi kecil pun sering lahir di tingkat kampung hingga kompetisi di level nasional maupun internasional.

Sepak bola secara baku hanya dimainkan oleh pemain yang berada di lapangan saja, namun tanpa kita sadari sering kali dalam permainan sepak bola terdapat individu-individu dari luar lapangan mendukung tim yang sedang bertanding. Individu-individu tersebut memberikan semangat dan motivasi melalui berbagai cara agar tim yang mereka dukung dapat mengalahkan lawannya dalam permainan yang dimainkan sebelas melawan sebelas orang tersebut. Tak heran jika individu-individu yang memberikan dukungan tersebut sering kali mendapat julukan sebagai pemain ke-12.

Banyak individu pecinta sepak bola yang mengidentifikasi dirinya menjadi pendukung sebuah tim sepak bola atau dapat disebut suporter. Suporter yang secara bahasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia 2008 berarti dukungan, dapat diartikan lebih luas bahwa suporter ialah mereka (satu individu

atau lebih) yang memberikan dukungan kepada salah satu pihak dalam sebuah pertandingan. Dalam skala nasional kita mengenal berbagai kelompok yang terdiri dari sekumpulan individu yang telah teridentifikasi ke dalam sebuah barisan pendukung tim sepak bola. Menurut Su'udi (2006) bahwa setiap klub dari level terendah pasti memiliki penggemar fanatik karena adanya ikatan kedaerahan, keluarga, golongan atau simpatik dengan pemainnya. Sama halnya dengan klub-klub di Indonesia yang berjumlah ratusan lebih namun tetap memiliki supporter fanatik.

Kecintaan yang tumbuh terhadap sebuah klub sepak bola pada akhirnya dapat berkembang menjadi fanatisme karena adanya rasa cinta yang berlebihan. Fanatisme juga dapat diartikan sebagai kecintaan yang berlebihan terhadap kelompoknya atau terhadap apa yang diyakini. Fanatisme dapat bermula dari kekaguman diri yang membanggakan kelebihan yang ada pada diri atau kelompoknya, kemudian pada tingkat tertentu dapat berkembang menjadi rasa tidak suka. Rasa tidak suka tersebut dapat berkembang menjadi rasa kebencian terhadap orang lain atau orang yang berbeda dengan kelompoknya sehingga timbul perilaku fanatisme. Fanatisme biasanya tidak rasional sehingga argumen rasional pun susah digunakan untuk meluruskan pandangan seseorang. Fanatisme dapat disebut sebagai orientasi dan sentimentil yang mempengaruhi seseorang dalam berbuat, berpikir dan merasa (Agussyafii, 2006)

Perilaku fanatis supporter dalam mendukung klub idolanya terlihat jelas ketika mereka mendukung secara langsung di stadion ataupun di tempat-tempat

seperti kafe, bar, dan lain-lain. Mereka menunjukkan rasa cintanya dengan berbagai cara seperti membentangkan bendera yang bergambar klub favoritnya, membentangkan syal-syal dan spanduk bertuliskan kata-kata penyemangat, atau yang paling ekstrim adalah dengan mengeluarkan *chant chant* yang menghina ataupun mengejek kesebelasan lain serta dengan membawa *flare* (cerawat asap) yang digunakan untuk memeriahkan suasana.

Fanatisme terhadap sepak bola mampu mendorong seorang *fans* atau suporter sepak bola untuk berusaha tampil seidentik mungkin dengan klub kesayangan mereka ketika di lapangan. Mereka pun rela menghabiskan uang saku mereka untuk membeli asesoris sepak bola agar tampil mencolok dan tak beda dengan tim kesayangannya (Sudharsono,2008). Fanatisme tersebut dapat dilihat dalam klub sepakbola Persiba Bantul. Walaupun performa yang ditunjukkan oleh Persiba Bantul pada tahun 2017 tidaklah baik, akan tetapi dukungan yang ditunjukkan oleh suporter Persiba Bantul yang bernama Paserbumi (Pasukan Suporter Bantul Militan) tidaklah surut. Terbukti dengan Stadion Sultan Agung sebagai *homebase* klub Persiba Bantul selalu ramai dipenuhi oleh Paserbumi ketika bertanding dan juga berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari Reds sebagai pihak penjual resmi *merchandise* Persiba Bantul, terdapat 1.584 *merchandise* yang telah dijual pada tahun 2017 dengan rincian 1.497 buah merupakan penjualan *jersey home* dan *away* serta 87 buah merupakan penjualan aksesoris lainnya, dengan rincian dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

**Penjualan Merchandise Persiba Bantul Oleh Toko Reds Tahun 2017**

No.	Merchandise	Rincian	Jumlah (Rp)
1	Jersey Home & Jersey Away	1497	67.365.000
2	Polo Shirt	7	70.000
3	Jaket	20	300.000
4	Kaos 50 Tahun	30	300.000
5	Syal 50 Tahun	30	450.000
6	Aksesoris Lainnya	-	65.000
Total			68.550.000

Sumber : Toko Reds

Dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan baik yang selama ini terjalin antara Persiba Bantul dengan Paserbumi, manajemen Persiba Bantul tetap menjaga kualitas *merchandise* yang diproduksi, terbukti dengan terpilihnya *jersey* Persiba Bantul sebagai 10 besar *jersey* terbaik selama penyelenggaraan liga klub di Indonesia pada tahun 2017. Selain itu, tidak jarang manajemen Persiba Bantul menyelenggarakan kegiatan bersama antara pemain Persiba Bantul dengan Paserbumi. Hal tersebut menggambarkan bahwa terdapat hubungan erat dan saling memiliki yang ditunjukkan oleh Persiba Bantul dengan Paserbumi. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, fanatisme yang ditunjukkan mendorong Paserbumi untuk tampil hampir serupa dengan tim kesayangannya saat tampil di lapangan yaitu dengan menggunakan atribut dan aksesoris Klub Persiba Bantul mendorong peneliti untuk mengetahui pengaruh fanatisme Paserbumi pada keputusan pembelian *merchandise* klub sepakbola Persiba Bantul.



## 1.2 Rumusan Masalah

Perlu dikaji lebih lanjut pengaruh fanatisme suporter sepakbola Paserbumi pada keputusan pembelian *merchandise* klub sepakbola Persiba Bantul?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Tempat penelitian adalah Markase Paserbumi yang beralamat di Jalan Bantul Km. 10, Melikan Lor, Bantul, DIY.
2. Responden penelitian yaitu anggota suporter sepakbola Persiba Bantul yang tergabung dalam Paserbumi yang mengkoleksi *merchandise* klub Persiba Bantul dan berusia 18- 50 tahun serta telah menjadi anggota Paserbumi aktif minimal selama 2 tahun.

## 1.4 Pertanyaan Penelitian

Apakah fanatisme suporter sepakbola Paserbumi berpengaruh pada keputusan pembelian *merchandise* klub sepakbola Persiba Bantul?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fanatisme suporter sepakbola Persiba Bantul (Paserbumi) pada keputusan pembelian *merchandise* klub.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis :

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi alternatif referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen khususnya tentang marketing klub sepakbola.

### 2. Manfaat Praktis

- a) Bagi pelaku bisnis *merchandise* bola maupun manajemen klub sepakbola, penelitian ini memberi sumbangan praktis untuk lebih kreatif dalam menciptakan produk *merchandise* bola.
- b) Bagi masyarakat, untuk memberikan informasi bahwa sepak bola bukan hanya olah raga semata tetapi sepak bola juga mampu memberikan peluang bisnis bagi masyarakat untuk lebih dikembangkan dan juga dapat meningkatkan perekonomian.

## 1.7 Sistematika Penulisan

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

### **Bab II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi tentang Merupakan tinjauan pustaka yang terdiri dari tinjauan tentang fanatisme suporter sepakbola, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

**Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode penelitian, metode analisis.

**Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, dan pembahasan analisis regresi berganda, dan pembahasan.

**Bab V : Kesimpulan dan Saran**

Penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran yang diberikan.

STIE Widya Winaha  
Jangan Plagiat

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut. Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2003) adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar ini memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Swasta dan Handoko, 2000). Sedangkan menurut Kotler (2000), yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-

sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari adanya rangsangan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian pembeli. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Jadi Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka.

Dari pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

### **2.1.1 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan**

Kotler dan Keller (2009) membagi proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yaitu:

#### **1. Pengenalan masalah**

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama proses keputusan pembelian dimana konsumen mengenali permasalahan atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan *aktual* dan sejumlah keadaan yang *diinginkan*.

Pengenalan masalah menurut Swasta dan Handoko (2000) adalah suatu proses yang kompleks yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Proses ini melibatkan secara bersama-sama banyak variabel-variabel termasuk pengamatan, proses belajar, sikap, karakteristik kepribadian dan macam-macam kelompok sosial dan referensi yang mempengaruhinya;
- b. Proses pengenalan masalah merupakan suatu proses yang lebih kompleks dari penganalisaan motivasi. Walaupun proses tersebut melibatkan motif-motif pembelian, tetapi selain itu melibatkan juga sikap, konsep diri, dan pengaruh-pengaruh lainnya.
- c. Proses ini melibatkan juga proses perbandingan dan pembobotan yang kompleks terhadap macam-macam kebutuhan yang relatif penting, sikap tentang bagaimana menggunakan sumber keuangan yang terbatas untuk berbagai alternatif pembelian, dan sikap tentang kualitatif dari kebutuhan yang harus dipuaskan.

## 2. Pencarian informasi

Pencarian informasi merupakan tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif. Seseorang yang tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan. Pencarian merupakan aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan dan perolehan informasi dari lingkungan. Sumber informasi konsumen terdiri atas empat kelompok, yaitu:

- a. Sumber pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- b. Sumber komersial meliputi iklan, tenaga penjual, pedagang perantara, pengemasan.
- c. Sumber umum meliputi media massa, organisasi ranting konsumen.
- d. Sumber pengalaman meliputi penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

### 3. Evaluasi alternatif

Pengevaluasian alternatif merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan. Konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen menurut Kotler (2000) terdiri atas empat macam:

- a. Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan
- b. Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk
- c. Konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dalam memuaskan kebutuhan
- d. Konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting. Konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

### 4. Keputusan pembelian

Menentukan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul diantara kecenderungan pembelian dan keputusan

pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi.

#### 5. Perilaku pasca pembelian

Perilaku setelah pembelian merupakan tahap proses keputusan pembeli konsumen melakukan tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan mereka dimana terletak pada hubungan antara hubungan dan kinerja produk yang dirasakan. Konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang bersangkutan kepada orang lain. Apabila konsumen dalam melakukan pembelian tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya ada dua kemungkinan yang akan dilakukan oleh konsumen. Pertama, dengan meninggalkan atau konsumen tidak mau melakukan pembelian ulang. Kedua, ia akan mencari informasi tambahan mengenai produk yang telah dibelinya untuk menguatkan pendiriannya mengapa ia memilih produk itu sehingga ketidakpuasan tersebut dapat dikurangi.

#### 2.1.2 Tipe Keputusan Pembelian

Saladin (2003) menjelaskan 4 tipe keputusan pembelian yaitu :

1. Keputusan pembelian berdasarkan kebiasaan dimana pembelian dilakukan berdasarkan kebiasaan yang menimbulkan loyalitas pada suatu merek.
2. Keputusan pembelian untuk mencari keragaman dimana keterlibatan konsumen rendah tetapi dihadapkan pada berbagai pilihan merek.



3. Keputusan pembelian kompleks dimana konsumen mengalami keterlibatan yang tinggi dalam melaksanakan pembelian produk dimana produk tersebut harganya mahal dan jarang dibeli
4. Keputusan pembelian untuk mengurangi ketidakcocokan dimana konsumen melakukan pembelian pada saat memiliki keterlibatan yang tinggi dalam pembelian sebuah produk tetapi tidak melihat adanya perbedaan yang nyata diantara berbagai merek produk yang ada.

Menurut Swastha (2002), untuk memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dapat dikemukakan dua model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu:

1) Model fenomenologis

Model perilaku konsumen ini berusaha mereproduksi perasaan-perasaan mental dan emosional yang dialami konsumen dalam memecahkan masalah pembelian yang sesungguhnya.

2) Model logis

Model perilaku konsumen yang berusaha menggambarkan struktur dan tahap-tahap keputusan yang diambil konsumen mengenai (a) jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli, (b) tempat dan saat pembelian, (c) harga dan cara pembayaran.

## 2.2 Fanatisme Suporter

### 2.2.1 Fanatisme

Fanatik adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyebut suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu yang positif atau negatif, pandangan mana yang tidak memiliki landasan teori, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah (Agussyafii,2006). Sedangkan fanatisme diartikan sebagai suatu keyakinan berupa kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan sebagainya (Pertiwi, 2013). Fanatisme merupakan sebuah paham karena dalam ejaan yang disempurnakan, kata yang memiliki akhiran –isme adalah suatu paham. Fanatik dan fanatisme memiliki artian yang berbeda sedikit. Dikatakan bahwa fanatik adalah sifat yang timbul saat seseorang menganut fanatisme sehingga fanatik dan fanatisme seperti memiliki keterkaitan sebab akibat (Putri, 2013).

fanatisme merupakan perasaan positif meskipun didalamnya terdapat perilaku adiktif dan obsesif (Pertiwi, 2003). Perilaku tersebut muncul karena pengaruh dari objek lain. Perilaku tersebut disebabkan oleh keinginan orang itu sendiri. Fanatisme dapat bermula dari perasaan cinta diri atau kekaguman diri yang berlebihan, kemudian membanggakan kelebihan yang ada pada dirinya atau kelompoknya, dan selanjutnya pada tingkatan tertentu dapat berkembang menjadi rasa tidak suka. Perasaan tidak suka ini kemudian dapat berkembang menjadi perasaan benci kepada orang lain atau kelompok lain yang berbeda dengan dirinya.

Fanatisme dapat bermula dari perasaan cinta diri atau kekaguman diri yang berlebihan, kemudian membanggakan kelebihan yang ada pada dirinya atau kelompoknya, dan selanjutnya pada tingkatan tertentu dapat

berkembang menjadi rasa tidak suka. Perasaan tidak suka ini kemudian dapat berkembang menjadi perasaan benci kepada orang lain atau kelompok lain yang berbeda dengan dirinya. Fanatisme biasanya tidak rasional, oleh karena itu argumen rasional pun susah digunakan untuk meluruskannya. Fanatisme dapat disebut sebagai orientasi dan sentimen yang mempengaruhi seseorang.

### **2.2.2 Suporter**

Pertandingan sepak bola tidak lengkap apabila tanpa melibatkan kelompok suporter. Suporter selalu hadir tiap klub sepak bola idolanya bertanding. Mereka tidak segan-segan untuk melakukan tindakan agar tim favoritnya meraih kemenangan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) mendefinisikan suporter adalah orang yang memberikan dukungan atau sokongan dalam pertandingan. Keberadaan suporter pada kenyataannya begitu lekat dengan pertandingan sepak bola. Nugroho (2003) menyebut suporter adalah yang menyaksikan pertandingan olahraga yang aktif secara fisik, politik, dan sosial. Suporter membuat pertandingan menjadi lebih dinamis. Bahkan tak jarang keberadaan suporter justru lebih menarik dibandingkan pertandingan itu sendiri.

Suporter adalah kelompok yang memiliki tanggung jawab terhadap eksistensi dan prestasi klubnya (Hornby, 1992). Suporter ingin saling memadupadankan diri, baik secara perilaku maupun penampilan. Hal ini dikarenakan perasaan memiliki kepada klub favoritnya tersebut sangat tinggi. Tidak jarang suporter rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli merchandise,

ataupun ikut menonton pertandingan kesebelasan favoritnya. Para supporter melakukan hal tersebut untuk membedakan dirinya dengan penonton lain.

Jones dalam Wahyudi (2006) mengklasifikasikan supporter sepak bola dalam 6 golongan, yaitu :

1. *The daytripper*

Sekelompok fans yang tinggal jauh dari markas klub yang dibelanya. Meskipun begitu mereka tetap setia dan selalu hadir dalam suatu pertandingan.

2. *The armchair fan*

Golongan ini sebagian besar adalah supporter klub sepak bola luar negeri. Meskipun golongan ini tidak bisa hadir langsung di stadion, namun mereka menjadikan nobar sebagai tempat memfasilitasi rasa fanatisme mereka.

3. *The bandwagon*

Golongan ini adalah sekelompok orang yang menonton sepak bola hanya pada event-event tertentu seperti piala dunia atau piala Eropa. Golongan ini biasanya disebut sebagai penonton musiman.

4. *The traditional fan*

Golongan ini adalah golongan yang tidak ingin diganggu apabila sedang menonton klub kesayangannya bertanding.

5. *The Corporate*

Golongan ini merupakan golongan kelas atas yang biasanya menyaksikan pertandingan sepak bola di kursi VIP atau VVIP. Golongan *the corporate* menjadikan menonton sepak bola di stadion sebagai sarana rekreasi.

#### 6. *The trainsporter*

Golongan ini adalah supporter fanatik yang secara reguler memberikan dukungan secara langsung baik saat tim idolanya menjadi tuan rumah atau ketika bertanding ke stadion lawan. Mereka yang termasuk golongan ini adalah supporter yang mendedikasikan hidup bagi klub kesayangannya.

### 2.2.3 Aspek-Aspek Fanitisme Suporter Sepakbola

Aspek-aspek yang membentuk fanatisme suporter sepakbola menurut Sudaharsono (2008) dalam penelitiannya sebagai berikut:

1. Perasaan para *fans* sepak bola yang menganggap bahwa klub kesayangan mereka adalah yang terbaik dalam hal strategi permainan dan kualitas pemainnya.
2. Perasaan bangga para *fans* sepak bola dengan apapun prestasi yang diperoleh klub kesayangan mereka.
3. Dukungan para *fans* sepak bola walaupun prestasi klub kesayangan mereka kurangbagus.
4. Keyakinan *fans* bahwa klub kesayangan mereka akan selalu tampil dengan permainan terbaik dan mampu memenangkan setiap pertandingan.
5. Kesetiaan para *fans* sepak bola untuk menyaksikan setiap pertandingan dari klub kesayangan mereka dan tampil seidentik mungkin dengan klub kesayangannya.
6. Perasaan benci terhadap *fans* klub lain dan menjadi anggota komunitas dari pendukung klub kesayangan mereka

### 2.3 Penelitian Terdahulu

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Yulius Yuwono Sudharsono pada tahun 2008 yang berjudul Pengaruh Fanatisme Fan Sepakbola Terhadap Perilaku Membeli Aksesoris Sepakbola. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh fanatisme para fans atau suporter sepak bola terhadap perilaku membeli aksesoris sepak bola dengan mengambil responden suporter sepakbola PSS Slemania wilayah Depok berjumlah 100 orang. Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian penulis menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Statistik Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa bahwa tingkat fanatisme fans sepakbola memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku pembelian aksesori sepakbola.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Hangga Supangkat pada tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tas di Intako. Dimana variabel independen yang terdiri dari citra merek, kualitas produk, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependennya. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Intako di Tanggulangin. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu konsumen dari Koperasi Intako yang telah membeli produk Intako minimal dua kali. Pengambilan sampel sebanyak 100 orang

responden dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian tas di Intako adalah signifikan.

3) Penelitian yang dilakukan oleh Yosep Dwi Yoga tahun 2012 yang berjudul Analisis Hubungan Antara Fanatisme Suporter Persiba Bantul Paserbumi dan Keputusan Pembelian Aksesoris Klub. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara fanatisme suporter Persiba Bantul Paserbumi dan keputusan pembelian aksesoris klub. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengujian ini menggunakan analisis validitas dan teknik reliabilitas *cronchbach alpha*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil analisa data menunjukkan bahwa fanatisme berhubungan positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 2.4 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fanatisme suporter Persiba Bantul Paserbumi pada perilaku keputusan pembelian *merchandise* klub.

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pikiran**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Persiba Bantul

##### 3.1.1 Sejarah Persiba Bantul

Persatuan Sepakbola Bantul (Persiba Bantul) adalah sebuah klub sepakbola yang berasal dari Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Persiba Bantul berdiri pada tanggal 21 September 1967 dengan tujuan sesuai yang tercantum di AD/ART adalah proses kelanjutan gerakan sepakbola nasional yang diawali dengan berdirinya PSSI pada tanggal 19 April 1930 di Yogyakarta ([www.persiba.net](http://www.persiba.net)).

Persiba Bantul memiliki *homebase* sebagai kandang pertandingan sepakbola mereka yaitu Stadion Sultan Agung. Stadion ini merupakan kebanggaan Kabupaten Bantul yang berkapasitas 35.000 penonton dan berkualitas rumput dari Eropa. Stadion Internasional ini berlokasi di Wilayah Pacar, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dan juga digunakan sebagai stadion multifungsi untuk menyelenggarakan berbagai event olahraga maupun kebutuhan lainnya. Pembangunan Stadion Sultan Agung dilakukan secara bertahap pada tahun 2004 dengan dimulai dari tribun sebelah timur samapai tribun sebelah barat. Stadion Sultan Agung juga mempunyai tribun VVIP lengkap tertutup serta dilengkapi dengan sistem dehinrase modern dan rumput standar eropa yang dilengkapi dengan



4 tiang lampu 1200 lux yang terpasang di sudut lapangan sebagai alat penerangan pertandingan di malam hari.

Stadion Sultan Agung (SSA) atau biasa disebut Stadion Pacara diresmikan oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Sri Sultan Hamengku Buwono X bertepatan dengan acara pembukaan Porda DIY IX di Bantul tanggal 24 Juni 2007. Meskipun baru diresmikan pada tahun 2007, akan tetapi Stadion ini sudah digunakan untuk menggelar pertandingan sepakbola lokal maupun nasional.

Kiprah Persiba Bantul di Liga Nasional Indonesia atau saat ini yang disebut dengan Indonesia *Super League* (ISL) mengalami pasang surut sebagaimana tim sepakbola Indonesia lainnya. Secara singkat tonggak sejarah Persiba Bantul di persepakbolaan Indonesia dimulai dari Tahun 2004, setelah menunggu 37 tahun Persiba Bantul masuk ke divisi I Liga Indonesia yang pada akhirnya pada tahun 2007 Persiba promosi ke divisi utama Liga Indonesia setelah tampil sebagai juara pada divisi I. Kemudian pada tahun-tahun selanjutnya prestasi gemilang Persiba Bantul tidak mampu diulangi dan terus menurun sehingga pada saat ini (tahun 2018), Persiba Bantul terdegradasi ke Liga III ISL (Indonesia Super League).

### **3.1.2 Paserbumi**

Beranjak dari keinginan masyarakat Bantul untuk mendukung tim kebanggaan dari Bantul, maka segelintir masyarakat Bantul membentuk suatu perkumpulan guna mewadahi para fans maupun suporter Persiba Bantul. Dikutip dari [www.paserbumi.com](http://www.paserbumi.com), dimulai dari PPISB (Panitia Pembentukan Ikatan Suporter Bantul) yang kemudian mendapatkan respon dari Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul untuk membuat logo, nama, serta visi dan misi kumpulan

Suporter Persiba Bantul. Kemudian pada tanggal 9 Mei 2004 dalam sidang istimewa suporter Persiba Bantul yang diselenggarakan di gedung DPRD Kabupaten Bantul, ditetapkanlah nama Paserbumi yaitu singkatan dari Pasukan Suporter Bantul Militan sebagai nama ikatan suporter Bantul. Pada tanggal 8 Juli 2004 secara resmi dikukuhkan oleh Bupati Bantul pada saat itu, Drs. H. M. Idham Samawi.

Pada awal berdiri jumlah bergodo/laskar baru 32 bergodo. Awal kiprahnya, Paserbumi turut mendukung Persiba pada Kompetisi Divisi II PSSI tahun 2004 dan Persiba Bantul berhasil lolos ke Divisi I PSSI. Dalam perkembangannya jumlah bergodo Paserbumi makin bertambah, pada pelaksanaan Musyawarah Anggota (Musta) I yang diselenggarakan 30 Januari 2005 tercatat 80 bergodo. Dan sampai saat ini jumlah anggota Paserbumi mencapai 123 bergodo. Begitu besarnya semangat masyarakat Bantul untuk mendukung Tim Persiba. Paserbumi juga membentuk laskar pendukung Persiba Bantul untuk wanita dengan nama Sekarbumi (Suporter Kartini Bantul Militan) pada tahun 2010 dengan alamat markas sama seperti Paserbumi yaitu Aditya Transport, Jl Bantul KM 10 Melikan Lor, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **3.1.3 Daftar Pengurus Paserbumi**

Berikut daftar pengurus Paserbumi 2018 :

**Tabel 3.1****Daftar Pengurus Paserbumi**

No	Nama	Jabatan	No	Nama	Jabatan
1	Hanung Raharjo, ST	Lurah	28	Wahyudi (Ndok)	Divisi Wadya Bala
2	Edmudikto, ST	Wakil Lurah	29	Dodi Purnama	Divisi Wadya Bala
3	Paryanto	Carik	30	Wahyu	Divisi Wadya Bala
4	Samekto	Kaur Kesra	31	Samseng	Divisi Wadya Bala
5	Sugiyarta (Pendi)	Wakil Kaur Kesra	32	Tommy	Divisi Wadya Bala
6	Kuncoro	Kaur Bala	33	Beni	Divisi Wadya Bala
7	Agus Kagol	Wakil Kaur Bala	34	Purwanto	Divisi Wadya Bala
8	Jumirin/Kerek	Kaur Pengayoman	35	Agung Basuki	Divisi Wadya Bala
9	Kayadi	Wakil Kaur Pengayoman	36	Kasut	Divisi Wadya Bala
10	Pangky Damar Kencana ST	Bendahara	37	Ando	Divisi Wadya Bala
11	Eni Kriswandari	Bendahara	38	Santoso	Divisi Wadya Bala
12	John Hendrix	Divisi Kreasi Seni	39	Wira	Divisi Jogoboyo
13	Minyak	Divisi Kreasi Seni	40	Darmanto	Divisi Advokasi
14	Fuad	Divisi Kreasi Seni	41	Sumaji	Divisi Advokasi

15	Kiyer	Divisi Kreasi Seni	42	Aris	Divisi Advokasi
16	Hasetiyoto (Teti)	Divisi Jasmani Rohani	43	Adip	Divisi Usaha Dana
17	Heri	Divisi Jasmani Rohani	44	Tulus	Divisi Usaha Dana
18	Tegawati	Divisi Peranan Wanita	45	Nina	Divisi Usaha Dana
19	Amel	Divisi Peranan Wanita	46	Nurul	Divisi Usaha Dana
20	Akid	Divisi Wadyabala Manca	47	Joko	Divisi Usaha Dana
21	Ompong (Ito Sumardi)	Divisi Wadyabala Manca	48	Sugeng M	Divisi Usaha Dana
22	Gepeng	Divisi Wadyabala Manca	49	Yan Arief	Divisi Media
23	Jupita	Divisi Wadyabala Manca	50	Agus Anfil	Divisi Media
24	Ponco	Divisi Wadyabala Manca	51	Haryadi	Divisi Sekretariat
25	Ganjar	Divisi Wadyabala Manca	52	Umarudin	Divisi Sekretariat
26	Ebe	Divisi Wadyabala Manca	53	Cewek Dudulz	Divisi Sekretariat
27	Sunu	Divisi Wadyabala Manca	54	Edi Irwanto (Edi Sanden)	Divisi Litbang

Sumber : [www.paserbumi.com](http://www.paserbumi.com)

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilakukan terhadap suporter sepakbola Paserbumi di Markase Paserbumi yang beralamat di Jalan Bantul Km. 10, Melikan Lor, Bantul, DIY. Penelitian akan dilakukan pada jangka waktu Maret-April 2018.

### **3.3 Variabel Penelitian**

1. Variabel Independen (X) : Fanatisme suporter sepakbola
2. Variabel Dependen (Y) : Keputusan Pembelian

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam proses penelitian ini data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada suporter sepakbola Persiba Bantul, Paserbumi.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder pada penelitian ini adalah data sekunder pada penelitian ini adalah teori-teori yang relevan dengan penelitian dan hasil penelitian sebelumnya.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Dokumentasi

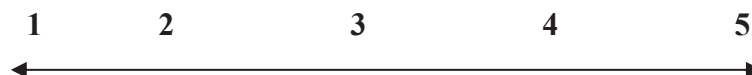
Metode ini dilakukan dengan cara memperoleh data dari buku-buku referensi dan jurnal, mencari informasi langsung pada internet serta majalah dan tabloid yang berhubungan dengan penelitian.

#### 2. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan responden yang digunakan sebagai referensi tambahan dalam upaya pemecahan masalah yang sedang diteliti.

#### 3. Kuesioner

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-5, dimana responden diberikan kebebasan berpendapat sesuai dengan persepsinya terhadap setiap item pernyataan pada kuisisioner. Dengan skala likert maka variabel akan di ukur dan dijabarkan ke dalam indikator variabel sebagai dasar dalam menyusun butir-butir instrumen penelitian Sugiyono (2012). Skala likert yang digunakan diberikan skor seperti di bawah ini:



Nilai 1 berarti sangat tidak setuju, 2 berarti tidak setuju, 3 berarti ragu-ragu, 4 berarti setuju, dan 5 berarti sangat setuju. Semakin ke kanan jawaban responden semakin positif dan semakin ke kiri jawaban responden semakin negatif.

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2012). Populasi dalam penelitian ini adalah suporter sepakbola Persiba Bantul, Paserbumi.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2012). Jumlah sampel penelitian ini sejumlah 100 responden. Sugiyono (2012) bahwa ukuran tentang sampel harus berkisar antara 30 sampai 500 orang sehingga diharapkan sampel dalam penelitian ini cukup mewakili. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu terdapat kriteria dalam penentuan sampel sebagai berikut :

- a) Responden merupakan anggota aktif Paserbumi selama minimal 2 tahun
- b) Responden merupakan anggota Paserbumi yang mengkoleksi *merchandise* klub Persiba Bantul
- c) Responden mempunyai rentang usia 18 – 50 tahun.

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 1. Definisi Operasional Variabel :

a) Variabel Bebas (Independen/X) : Fanatisme Suporter Sepakbola

Fanatisme merupakan perasaan positif meskipun didalamnya terdapat perilaku adiktif dan obsesif (Pertwi, 2003). Menurut Sudharsono (2008) terdapat 6 aspek fanatisme suporter sepak bola yaitu :

- 1) Perasaan para *fans* sepak bola yang menganggap bahwa klub kesayangan mereka adalah yang terbaik dalam hal strategi permainan dan kualitas pemainnya.
- 2) Perasaan bangga para *fans* sepak bola dengan apapun prestasi yang diperoleh klub kesayangan mereka.
- 3) Dukungan para *fans* sepak bola walaupun prestasi klub kesayangan mereka kurangbagus.
- 4) Keyakinan *fans* bahwa klub kesayangan mereka akan selalu tampil dengan permainan terbaik dan mampu memenangkan setiap pertandingan.
- 5) Kesetiaan para *fans* sepak bola untuk menyaksikan setiap pertandingan dari klub kesayangan mereka dan tampil seidentik mungkin dengan klub kesayangannya.
- 6) Perasaan benci terhadap *fans* klub lain dan menjadi anggota komunitas dari pendukung klub kesayangan mereka

b) Variabel Tergantung (Dependen/Y) : Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar ini memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen



secara aktual mengambil keputusan pembelian. Kotler dan Keller (2009), membagi proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yaitu:

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian

## 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2012). Uji validitas menggunakan *corrected item total correlation* dengan nilai signifikansi 0,30. Hasil pengujian validitas dilakukan secara langsung menggunakan *try out* terpakai, dimana data *try out* merupakan data untuk subjek penelitian.

Uji reliabilitas bertujuan untuk mencari tahu sampai sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan, sehingga bila alat ukur tersebut digunakan kembali untuk meneliti objek yang sama dengan teknik yang sama walaupun waktunya berbeda, maka hasil yang akan diperoleh akan sama. Uji reliabilitas menggunakan *Crobach Alpha* dengan ini nilai koefisien alpha  $> 0,60$ .

### 3. Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi :

#### a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Agus,2010). Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan IBM *statistics SPSS 21*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai sig. > 0,05.

#### b) Uji Linieritas

Uji linearitas adalah pengujian garis regresi antara variabel bebas dan variabel tergantung dengan tujuan untuk melihat sebaran dari tingkat-tingkat yang merupakan nilai dari variabel penelitian sehingga saat ditarik garis lurus bisa menunjukkan hubungan linier antara variabel-variabel tersebut. Hubungan antara kedua variabel dikatakan linier apabila  $p < 0,05$  begitu pula sebaliknya, hubungan antara kedua variabel dikatakan tidak linier apabila  $p > 0,05$ .

### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Sederhana yaitu uji regresi linier dengan 1 variabel independent (X) digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y).

$$Y' = a + bX$$

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Fanatisme Suporter

a) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima.

b) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independennya (Agus,2010). Uji koefisien determinasi bertujuan untuk memberikan gambaran besaran pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Analisis Deskriptif

Di dalam menganalisis data, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Kuesioner ini terdiri dari 3 bagian, yaitu bagian pertama berisi tentang identitas responden, bagian kedua tentang penilaian Paserbumi tentang fanatisme. Pada bagian ketiga berisi tentang Paserbumi tentang keputusan pembelian *merchandise* Persiba Bantul. Untuk mendapatkan data penelitian, maka peneliti memberikan kuesioner terhadap Anggota kelompok suporter sepakbola yaitu Paserbumi. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden Paserbumi yang berlokasi di Jalan Bantul Km. 10, Melikan Lor, Bantul, DIY dan dilakukan pada tanggal 15 – 29 April 2018.

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis ini terdiri dari analisis karakteristik responden.

##### 4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Penelitian ini tidak ditujukan untuk mencari perbedaan antara perempuan dan laki-laki sehingga komposisi antara

perempuan dan laki-laki tidak harus sama. Hasil penelitian menjelaskan bahwa distribusi frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	21	21%
Laki-laki	79	79%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah subjek didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebesar 79% dan perempuan 21%.

#### 4.1.2 Usia Responden

Karakteristik yang kedua dari responden adalah usia. Karakteristik usia dalam penelitian ini dibedakan menjadi usia 18-30 tahun, 31-40 tahun, dan 41-50 tahun. Tabel 4.2 menunjukkan usia responden.

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
18-30 Tahun	53	53%
31-40 Tahun	34	34%
41-50 Tahun	13	13%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uraian tabel tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas subjek berusia 18-30 tahun sebesar 53%. Subjek yang berusia 31 hingga 40

tahun sebanyak 34%, dan yang usianya lebih atau sama dengan 41-50 tahun sebanyak 13%.

#### 4.1.3 Pendapatan Per Bulan Responden

Karakteristik yang ketiga dari responden adalah pendapatan per bulan. Karakteristik pendapatan per bulan dalam penelitian ini dibedakan 4 kategori, yaitu <Rp500.000,00, Rp500.000,00 s/d <Rp2.000.000,00, Rp2.000.000,00 s/d Rp 5.000.000,00, dan > Rp 5.000.000,00.

**Tabel 4.3**  
**Pendapatan per Bulan Responden**

<b>Pendapatan Per Bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
<Rp499.000,00	8	8%
Rp500.000,00 s/d <Rp1.999.999,00	51	51%
Rp2.000.000,00 s/d Rp4.999.999,00	30	30%
> Rp 5.000.000,00	11	11%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uraian tabel tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas pendapatan per bulan responden adalah Rp500.000,00 s/d <Rp2.000.000,00 sebesar 51%, kemudian Rp2.000.000,00 s/d Rp 5.000.000,00 sebesar 30 %, > Rp 5.000.000,00 sebesar 11%, dan <Rp500.000,00 sebesar 8%.

#### 4.1.4 Pekerjaan Responden

Karakteristik yang keempat dari responden adalah pekerjaan, pada kategori ini dibagi menjadi 4 kategori yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri swasta, pengusaha/wiraswasta, dan lain-lain.

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan Responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	31	31%
Pegawai Negeri Sipil/ Swasta	15	15%
Pengusaha/Wiraswasta	42	42%
Lain-lain	12	12%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uraian tabel tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan responden adalah Pengusaha/Wiraswasta sebesar 42%, kemudian Pelajar/Mahasiswa sebesar 31%, Pegawai Negeri Sipil/ Swasta 15%, dan Lain-lain sebesar 12%.

#### 4.1.5 Merchandise Klub Persiba Bantul

Karakteristik yang keempat dari responden adalah pekerjaan, pada kategori ini dibagi menjadi 4 kategori yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri swasta, pengusaha/wiraswasta, dan lain-lain.

**Tabel 4.5**  
**Merchandise Klub Persiba Bantul Responden**

<b>Merchandise Klub Persiba Bantul</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Jersey	38	38%
Jaket	6	6%
Kaos	27	27%
Syal	10	10%
Stiker/Poster	14	14%
Lain-lain	5	5%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uraian tabel tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas *jersey* sebesar 38%, kaos sebesar 27%, stiker/poster sebesar 14%, syal sebesar 10%, jaket sebesar 6%, dan terakhir lain-lain sebesar 5%.

#### 4.1.6 Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti rata-rata (*mean*), jumlah (*sum*), nilai minimum dan maksimum dan sebagainya. Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum, dan simpangan baku (*standard deviation*). Analisis statistika deskriptif ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya.



**Tabel 4.6**  
**Statistik Deskriptif Fanatisme Suporter Sepakbola**

No	Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1	X1	2.00	5.00	4.1400	.76568
2	X2	2.00	5.00	3.9900	.73161
3	X3	2.00	5.00	3.8900	.75069
4	X4	2.00	5.00	3.8500	.83333
5	X5	2.00	5.00	3.8100	.78746
6	X6	1.00	5.00	3.7800	.88283
7	X7	2.00	5.00	3.8700	.79968
8	X8	2.00	5.00	3.8300	.84154
9	X9	2.00	5.00	3.4100	.75338
10	X10	2.00	5.00	3.8500	.72995
11	X11	1.00	5.00	3.7200	.93290
12	X12	2.00	5.00	4.0500	.83333

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai minimum variabel fanatisme suporter sepakbola adalah 1, yaitu pada item nomer 6 dan 11. Nilai maksimum semua item secara keseluruhan sama yaitu bernilai 5. Nilai mean tertinggi terdapat pada item nomer 1 sebesar 4,1400 dan terendah pada item nomer 9 yaitu sebesar 3,4100. Semua item mempunyai standar deviasi kurang dari 1 yang dapat disimpulkan bahwa data tidak bervariasi karena mendekati nilai 0.

**Tabel 4.7**  
**Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian**

No	Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1	Y1	2.00	5.00	3.9200	.83702
2	Y2	2.00	5.00	3.9400	.73608
3	Y3	2.00	5.00	3.8100	.70632
4	Y4	2.00	5.00	3.7300	.76350
5	Y5	2.00	5.00	3.8900	.76403
6	Y6	3.00	5.00	3.9600	.80302
7	Y7	2.00	5.00	3.9100	.77973
8	Y8	2.00	5.00	3.9100	.79258
9	Y9	2.00	5.00	3.8200	.79620
10	Y10	2.00	5.00	4.0400	.80302

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai minimum variabel keputusan pembelian adalah 2, yaitu semua item kecuali pada item nomer 6 yaitu sebesar 3. Nilai maksimum semua item secara keseluruhan sama yaitu bernilai 5. Nilai mean tertinggi terdapat pada item nomer 10 sebesar 4,0400 dan terendah pada item nomer 4 yaitu sebesar 3,7300. Semua item mempunyai standar deviasi kurang dari 1 yang dapat disimpulkan bahwa data tidak bervariasi karena mendekati nilai 0.

#### 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum penelitian dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan uji coba terhadap variabel fanatisme suporter sepakbola dan variabel keputusan pembelian. Tujuan uji coba alat ukur ini adalah untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur. Alat ukur yang telah diuji coba akan dianalisis validitas dan reliabilitas. Uji coba yang dilakukan merupakan uji coba terpakai dimana data uji coba merupakan

data subjek penelitian sebanyak 100 responden. Uji validitas ini menggunakan *corrected item-total correlation* yang dimana persyaratan untuk validitas yaitu nilai koefisien  $> 0,30$ . Kemudian uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha dimana jika nilai koefisien  $> 0,6$  dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas, dan reliabilitas alat ukur, hasil analisis perhitungannya sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Fanatisme Suporter Sepakbola**

No	Variabel	Nilai Koefisien	Keterangan
1	X1	0.622	Valid
2	X2	0.665	Valid
3	X3	0.535	Valid
4	X4	0.707	Valid
5	X5	0.665	Valid
6	X6	0.629	Valid
7	X7	0.690	Valid
8	X8	0.618	Valid
9	X9	0.625	Valid
10	X10	0.605	Valid
11	X11	0.618	Valid
12	X12	0.705	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel fanatisme suporter sepakbola terdapat 12 item valid atau tidak ada yang gugur. Item tersebut mempunyai nilai koefisien  $> 0,30$ .

**Tabel 4.9**

**Uji Validitas Keputusan Pembelian**

No	Variabel	Nilai Koefisien	Keterangan
1	Y1	0.659	Valid
2	Y2	0.709	Valid
3	Y3	0.736	Valid
4	Y4	0.682	Valid
5	Y5	0.629	Valid
6	Y6	0.667	Valid
7	Y7	0.606	Valid
8	Y8	0.673	Valid
9	Y9	0.651	Valid
10	Y10	0.706	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel keputusan pembelian terdapat 10 item valid atau tidak ada yang gugur. Item tersebut mempunyai nilai koefisien > 0,30.

**Tabel 4.10**

**Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Fanatisme Suporter	0.908	Reliable
2	Keputusan Pembelian	0.909	Reliable

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel fanatisme suporter dan variabel keputusan pembelian dengan melihat skor koefisien alpha yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan *reliable* karena nilai alpha > 0,60 , sehingga memenuhi syarat sebagai alat ukur pengambilan data.

### 4.3 Uji Kualitas Data

Tujuan pengujian kualitas data adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memberikan kerepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dan uji linieritas.

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi normal.

**Tabel 4.11**

**Uji Normalitas**

No	Variabel	Nilai Sig	Nilai K-Z	Kesimpulan
1	Fanatisme Suporter	0.111	0.080	Normal
2	Keputusan Pembelian	0.135	0.078	Normal

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.12 Uji Normalitas sampel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Fanatisme Suporter sebesar 0,111 dan Keputusan Pembelian sebesar 0,135 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi Normal karena nilai sign. > 0,05.

#### 4.3.2 Uji Linieritas

Uji linearitas adalah pengujian garis regresi antara variabel bebas dan variabel tergantung dengan tujuan untuk melihat sebaran dari tingkat-tingkat yang merupakan nilai dari variabel penelitian sehingga saat ditarik garis lurus bisa menunjukkan hubungan linier antara variabel-variabel tersebut. Hubungan antara kedua variabel dikatakan linier apabila nilai sig.  $<0,05$  begitu pula sebaliknya, hubungan antara kedua variabel dikatakan tidak linier apabila nilai sig.  $>0,05$

**Tabel 4.12**  
**Uji Linieritas**

Variabel	Nilai Sig	Nilai K-Z	Kesimpulan
Keputusan Pembelian dengan Fanatisme Suporter	0.000	36.706	Linier

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Hasil uji linearitas yang dilakukan diperoleh F *Linearity* 36,706 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara keputusan pembelian dengan fanatisme suporter sepakbola tersebut Linier.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji normalitas dan uji linearitas sehingga semua syarat terpenuhi, maka dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis tersebut untuk membuktikan hasil hipotesis yang telah dibuat sebelumnya bahwa terdapat pengaruh antara fanatisme suporter Persiba Bantul Paserbumi pada perilaku keputusan pembelian *merchandise* Klub Persiba Bantul.

**Tabel 4.13**  
**Persamaan Regresi**

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	19.709	3.310	5.955	.000
FanatismeSuporter	.415	.071	5.861	.000

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil perhitungan regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 19,709 + 0,415 X$

Hal tersebut menggambarkan bahwa jika nilai variabel fanatisme suporter sepakbola (X) bernilai 0, maka nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 19,709 dan jika nilai variabel fanatisme suporter sepakbola (X) naik 1 satuan maka nilai keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,415 satuan.

#### 4.4.1 Uji t

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Membandingkan t hitung dan t tabel dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha=0,05$ . Jika nilai sig < 0,05 maka hipotesis diterima sedangkan jika nilai sig > 0,05 maka hipotesis diterima.

**Tabel 4.14**

**Uji t**

Variabel	Nilai Sig	t hitung	Kesimpulan
Keputusan Pembelian dengan Fanatisme Suporter	0.000	5.861	Berpengaruh Signifikan

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana yang disajikan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mempunyai nilai signifikan 0,000 yang berarti  $< 0,05$  dan mempunyai t hitung bernilai positif yaitu 5,861. Maka hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu fanatisme suporter Persiba Bantul Paserbumi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian *merchandise* Klub Persiba Bantul.

4.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.15**

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

R	R Square	Adj. R Square
.509 <sup>a</sup>	.260	.252

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa koefisien korelasi diperoleh  $R=0,509$  berarti terdapat hubungan positif fanatisme suporter sepakbola pada keputusan pembelian. Sedangkan besaran pengaruh diambil dari adjusted R Square diperoleh sebesar 0,252. Menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi fanatisme suporter sepakbola sebesar 25,2%. Selebihnya 74,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



#### 4.5 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian *merchandise* Persiba Bantul pada fanatisme suporter sepakbola Paserbumi. Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepercayaan dengan komitmen organisasi keputusan pembelian *merchandise* Persiba Bantul pada fanatisme suporter sepakbola Paserbumi yang ditunjukkan oleh angka  $t$  hitung 5,861 dengan tingkat signifikansi korelasi  $p = 0,000$ . Tidak adanya tanda negatif pada skor tersebut menunjukkan semakin tinggi fanatisme suporter sepakbola Paserbumi maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian *merchandise* Persiba Bantul, sebaliknya semakin rendah fanatisme suporter sepakbola Paserbumi maka semakin rendah tingkat keputusan pembelian *merchandise* Persiba Bantul. Kemudian besaran pengaruh diambil dari adjusted R Square diperoleh sebesar 0,252. Menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi fanatisme suporter sepakbola sebesar 25,2%. Selebihnya 74,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yoga (2012) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara fanatisme suporter Persiba Bantul Paserbumi dan keputusan pembelian aksesoris klub. Fanatisme yang ada mempengaruhi seorang fans sepak bola untuk berperilaku seidentik mungkin dengan klub sepak bola kesayangannya atau mendorong mereka untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap sepakbola dengan berbagai cara. Fanatisme dalam konteks sepak bola merupakan suatu keyakinan

yang menganggap bahwa sepak bola atau sebuah klub adalah klub yang terbaik. Fanatisme supporter atau fans terhadap klub sepak bola kesayangannya semakin mengalami peningkatan mulai dari perilaku membeli, mengenakan atribut klub sepak bola sampai aksi brutal yang dapat merugikan klubnya (Sudharsono, 2008). Hal ini menunjukkan bahwa fanatisme terhadap sepak bola mampu mendorong seorang fans sepak bola mengeluarkan uangnya untuk membeli aksesoris sepak bola agar tampil seidentik mungkin dengan klub kesayangan mereka ketika di lapangan.

Jika dilihat dari jenis kelamin responden pada tabel 4.1, mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki sebesar 79% dan perempuan sebesar 21%. Hal tersebut menggambarkan bahwa ketertarikan supporter perempuan terhadap sepakbola masih rendah dibandingkan laki-laki. Hal ini juga disebabkan oleh *culture* serta *image* sepakbola masih dianggap sebagai olahraga keras dan identik dengan kaum laki-laki. Selain itu, kerusuhan supporter sepakbola di Indonesia yang masih sering terjadi juga mengakibatkan supporter wanita masih ragu-ragu untuk ikut menyaksikan pertandingan sepakbola di stadion.

Karakteristik kategori usia pada tabel 4.2, usia yang ditunjukkan oleh penelitian ini mayoritas 18-30 tahun sebesar 53%, kemudian kategori 31-40 tahun sebesar 34%, dan yang terakhir 41-50 tahun 13%. Mayoritas responden pada kategori 18-30 tahun disebabkan oleh aksi supporter yang dilakukan di dalam stadion secara militan dimana membutuhkan fisik seperti menabuh drum, menyanyikan lagu, ataupun melakukan aksi-aksi lainnya yang lebih menyebabkan kebanyakan supporter Paserbumi yang hadir adalah anak muda (18-30 tahun). Sedangkan

responden yang lebih berumur biasanya lebih memilih menyaksikan pertandingan di stadion dengan lebih tenang.

Dilihat dari rabel pendapatan per bulan responden, pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah Rp500.000,00 s/d <Rp2.000.000,00 sebesar 51%, kemudian Rp2.000.000,00 s/d Rp 5.000.000,00 sebesar 30%, disusul oleh > Rp 5.000.000,00 sebesar 11%, dan yang terakhir adalah <Rp500.000,00 sebesar 8%. Kategori ini berhubungan erat dengan jenis pekerjaan responden pada tabel 4.4 dimana mayoritas responden pengusaha/wiraswasta sebesar 42%, kemudian pelajar/mahasiswa sebesar 31%, disusul oleh pegawai negeri sipil sebesar 15%, dan yang terakhir lain-lain sebesar 12%. Mayoritas pendapatan dan pekerjaan responden adalah Rp500.000,00 s/d <Rp2.000.000,00 dan pengusaha/swasta. Dapat disimpulkan bahwa pertandingan sepakbola Persiba Bantul yang sering diadakan di luar kandang menyebabkan mobilitas Paserbumi untuk terus mendukung klub kesayangannya membutuhkan waktu yang lebih *flexible*. Disertai juga alasan bahwasanya dalam setiap pertandingan yang diadakan di luar kandang Persiba Bantul membutuhkan pengeluaran lebih untuk membeli tiket dan ongkos transportasi.

Pada tabel 4.5 tentang *merchandise* klub Persiba Bantul yang sering dibeli mayoritas adalah *jersey* sebesar 38%, kemudian kaos sebesar 27%, stiker/poster sebesar 14%, syal sebesar 10%, jaket sebesar 6%, dan terakhir lain-lain sebesar 5%. *Jersey* masih merupakan *merchandise* yang paling sering dibeli oleh Paserbumi. *Jersey* merupakan identitas klub yang paling utama sehingga menjadi pilihan favorit oleh Paserbumi untuk tampil sama seperti pemain yang tampil di lapangan.

Adanya pergantian desain *jersey* yang dilakukan oleh manajemen Persiba Bantul juga semakin menarik minat Paserbumi untuk mengkoleksi *jersey* Persiba Bantul.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya, maka kesimpulan hasil analisis yaitu bahwa variabel fanatisme suporter sepakbola Paserbumi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian *merchandise* Klub Persiba Bantul. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai sig. pada uji t sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar 5,861. Besaran pengaruh diambil dari adjusted R Square diperoleh sebesar 0,252. Menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi fanatisme suporter sepakbola sebesar 25,2%. Selebihnya 74,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh fanatisme suporter sepakbola Paserbumi pada keputusan pembelian *merchandise* Klub Persiba Bantul diterima.

#### 5.2 Saran

##### 1. Bagi Pengurus Persiba Bantul-Paserbumi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat fanatisme yang tinggi pada para fans sepak bola dapat mempengaruhi keputusan pembelian *merchandise* Klub Persiba Bantul. Maka, pengurus Persiba Bantul sebaiknya meningkatkan hubungan dengan Paserbumi tidak hanya saat bertanding saja, akan tetapi juga

melibatkan Paserbumi di berbagai event di luar pertandingan sehingga kedekatan hubungan antara Paserbumi dengan Persiba Bantul semakin erat.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai keputusan pembelian *merchandise klub sepakbola* dapat lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi perilaku keputusan pembelian. Faktor tersebut sebaiknya digali lebih dalam tentang personal responden seperti motivasi, persepsi, kepribadian, dan sikap.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Kekurangan atau kelemahan penelitian ini antara lain :

- (1) Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua buah skala yang meliputi skala fanatisme suporter sepakbola dan keputusan pembelian. Item pada skala alat ukur penelitian masih banyak kekurangan ketidakjelasan dalam kalimat yang digunakan sehingga mengakibatkan responden kesulitan memahami arti kalimat tersebut.
- (2) Peneliti terbatas dalam melakukan pengawasan pada saat proses penyebaran kuesioner sehingga dapat mempengaruhi jawaban subjek yang dimana akan memberi dampak negatif pada jawaban jika subjek salah mengartikan kuesioner.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agussyafii. (2006). *Bermain Aktif Itu Belajar*.  
<http://groups.yahoo.com/group/pakguruonline/message/6052> (diakses 18 Maret 2018).
- Agus Widarjono. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*, Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hornby, N. (1992). *Fever Pitch: A Fan's Life*. London: Gollancz.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008).
- Karayanni, D.A. (2003). "Web-Shoppers and Non-Shoppers : Compatibility, Relative Advantage and Demographics". *Emerald European Business Review*, 15 (3).
- Kotler, P dan Gary, A. (2014). *Principles of Marketing*. 15th edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Jakarta.
- Nugroho, A. (2013). *Suporter dan Sepak Bola*.  
[http://www.kompasiana.com/kukuh.a.nugroho/suporter-dan-sepakkbola\\_552bce1d6ea834a81f8b459f](http://www.kompasiana.com/kukuh.a.nugroho/suporter-dan-sepakkbola_552bce1d6ea834a81f8b459f). Diakses 18 Maret 2018.
- Pertiwi, S.A. (2013). "Konformitas dan fanatisme pada remaja Korean wave (penelitian pada komunitas SUJU fans club ELF "Ever Lasting Friend") di Samarinda". *E-Journal psikologi*. vol. 1, no. 2, pp. 157-166.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Schiffman, L. dan Leslie L. K. (2003). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sudharsono, Y. Y. (2008). *Pengaruh Fanatisme Fan Sepakbola Terhadap Perilaku Membeli Aksesoris Sepakbola (Studi Kasus Pada Klub PSS "Slemania" Wilayah Depok Sleman)*. Skripsi S1. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Supangkat, A. H. (2017). "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No. 9, Hal.1-19.

Su'udi, A. (2006). *Football Inspirations for Succes*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wahyudi, A. (2006). *Karakteristik Suporter Persib (Penelitian Pada Perilaku Suporter Sepak Bola Persatuan Sepak Bola Indonesia Djember)*. Skripsi S1. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Yoga, D. Y. (2012). *Analisis Hubungan Antara Fanatisme Suporter Persib Bantul Paserbumi dan Keputusan Pembelian Aksesoris Klub*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

[www.persiba.net](http://www.persiba.net) diakses pada tanggal 28 Mei 2018

[www.paserbumi.com](http://www.paserbumi.com) diakses pada tanggal 28 Mei 2018

STIE Widya Wiwahana  
Jangan Plagiat