

ABSTRAK

PENGARUH BRAND IMAGE KLUB SEPAKBOLA, FANATISME DAN LOYALITAS SUPORTER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE (Studi Pada Manchester United Football Club)

Hans Vincent

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada merchandise Manchester United, (2) pengaruh fanatisme suporter terhadap keputusan pembelian pada merchandise Manchester United, (3) pengaruh loyalitas suporter terhadap keputusan pembelian pada merchandise Manchester United. Responden pada penelitian ini sejumlah 101 responden yang didapat melalui penyebaran kuesioner menggunakan google form. Populasi pada penelitian ini adalah suporter atau fans klub sepak bola Manchester United yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dan uji asumsi klasik, menggunakan software SPSS 20. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada merchandise Manchester United. (2) fanatisme suporter berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada merchandise Manchester United. (3) loyalitas suporter berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada merchandise Manchester United.

Kata kunci : brand image, fanatisme, loyalitas dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FOOTBALL CLUB BRAND IMAGE, FANATISM AND SUPPORTER LOYALTY ON MERCHANDISE PURCHASE DECISIONS (Study of Manchester United Football Club)

Hans Vincent

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2024

This research aims to determine: (1) the influence of brand image on purchasing decisions for Manchester United merchandise, (2) the influence of fanaticism of supporters on purchasing decisions for Manchester United merchandise, (3) the influence of supporter loyalty on purchasing decisions for Manchester United merchandise. Respondents in this study were 101 respondents who were obtained through distributing questionnaires using Google Form. The population in this study were supporters or fans of the Manchester United football club who live in the Special Region of Yogyakarta, with sampling using the purposive sampling method. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis and classical assumption testing, using SPSS 20 software. The results of this research show that: (1) brand image influences purchasing decisions on Manchester United merchandise. (2) fanaticism of supporters influences purchasing decisions on Manchester United merchandise. (3) supporter loyalty influences purchasing decisions on Manchester United merchandise.

keyword : Brand Image, Fanatism, loyalty, and Purchase Decisions.