

## DAFTAR ISI

BAB I	PENDAHULUAN .....	1
1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	10
1.3	Tujuan Penelitian .....	10
1.4	Manfaat Penelitian .....	11
1.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	11
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1	Landasan Teori .....	12
2.1.1	<i>Sport Marketing</i> .....	12
2.1.2	Konsumen dalam <i>Sport Marketing</i> .....	14
2.1.3	Jenis-jenis Fans .....	16
2.1.3.1	<i>Temporary Fan</i> .....	16
2.1.3.2	<i>Local Fan</i> .....	17
2.1.3.3	<i>Devoted Fan</i> .....	18
2.1.3.4	<i>Fanatic Fan</i> .....	18
2.1.3.5	<i>Dysfunctional Fan</i> .....	20
2.1.4	Motivasi .....	21
2.1.5	<i>Consumer Engagement</i> .....	23
2.1.6	Loyalitas .....	24
2.2	Penelitian Sebelumnya .....	30
BAB III	RERANGKA KONSEPTUAL... ..	33
3.1	Rerangka Konseptual .....	33
3.2	Pertanyaan Penelitian .....	34
BAB IV	METODE PENELITIAN .....	35

4.1	Pendekatan Penelitian .....	35
4.2	Variabel Penelitian .....	37
4.3	Definisi Operasional .....	37
4.3.1	Motivasi .....	37
4.3.2	<i>Ladder of Loyalty</i> .....	38
4.3.3	<i>Engagement</i> .....	39
4.4	Jenis dan Sumber Data .....	39
4.5	Metode Pengumpulan Data .....	40
4.5.1	Teknik Pengumpulan Data .....	40
4.5.1.1	Tahapan <i>In-Depth Interview</i> .....	41
4.6	Metode Pemilihan Narasumber .....	42
4.7	Keterlibatan Peneliti dalam Penelitian.....	45
4.7	Teknik Analisis.....	45
4.8	Triangulasi .....	46
4.9	Protokol Penelitian .....	47
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		48
5.1	Deskripsi Umum Penelitian .....	48
5.2	Hasil Analisis .....	50
5.2.1	Alasan Seorang Wanita Mendukung Klub Sepak Bola .....	50
5.2.2	Keterikatan Terhadap Klub Sepak Bola .....	58
5.2.3	Bentuk Dukungan Wanita Terhadap Klub Sepak Bola .....	62
5.2.3.1	Dukungan Non-Finansial Wanita Terhadap Klub Sepak Bola .....	63
5.2.3.1.1	Media Sosial .....	64
5.2.3.1.2	Kehadiran .....	65
5.2.3.2	Dukungan Finansial Wanita Terhadap Klub Sepak Bola ..	67
5.2.3.2.1	Sumbangan .....	67
5.2.3.2.2	<i>Merchandising</i> .....	68
5.2.3.2.3	Tiket .....	72

5.3	Pembahasan .....	72
5.4	Triangulasi .....	81
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN .....		83
6.1	Simpulan .....	83
6.2	Implikasi Penelitian .....	84
6.3	Keterbatasan Penelitian .....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengaruh Pengelolaan Brand Pada Klub Sepak Bola .....	3
Gambar 1.2	Fanatisme Suporter Klub Sepak Bola .....	5
Gambar 1.3	Tato Suporter Wanita Klub Sepak Bola .....	7
Gambar 2.1	Hierarki Kebutuhan Maslow .....	21
Gambar 2.2	<i>Ladder of Loyalty</i> .....	26
Gambar 3.1	Rerangka Konseptual .....	31
Gambar 4.1	Alur <i>Snowball Sampling</i> .....	40
Gambar 5.1	Artikel Suporter Wanita .....	53
Gambar 5.2	Dukungan Langsung Suporter Wanita di Stadion .....	55
Gambar 5.3	Koleksi <i>Merchandising</i> Suporter Wanita .....	66
Gambar 5.4	<i>Ladder of Loyalty</i> Suporter Wanita .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Profil Narasumber .....	45
Tabel 5.2	<i>Influencer</i> Suporter Wanita .....	47
Tabel 5.3	Alasan Memilih Klub Sepak Bola Idola .....	48

