

ABSTRAK

Sepak bola adalah salah satu globalisasi paling sukses karena dapat membuat pendukung di seluruh dunia menjadi sangat fanatik. Di Indonesia, sepak bola adalah olahraga paling populer. Persik Kediri adalah salah satu klub sepakbola di Indonesia yang memiliki sejarah besar dalam sepakbola Indonesia. Persik Kediri pernah menjadi klub terbaik di Indonesia dua kali, menjadi juara Liga Indonesia pada tahun 2003 dan 2006 dan sering mewakili Indonesia dalam kompetisi Liga Champions Asia 2004 dan 2007. Namun, sekarang klub ini tidak pernah memperoleh gelar selama kurang lebih 11 tahun dan mengalami penurunan prestasi yang sangat tajam dan hanya berkompetisi di liga 3 terendah di Liga Indonesia. Meski begitu, dukungan penuh dari suporter Persik Kediri sangat fantastis dan mereka tetap fanatik terhadap Persik Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh reputasi Persik, perilaku tribalisme suporter, dan kepercayaan suporter terhadap Persik dapat menciptakan hubungan yang ada antara Persik Kediri dan pendukungnya, sehingga para pendukungnya bersedia memaafkan dan tetap loyal dalam mendukung Persik Kediri.

Responden dalam penelitian ini adalah suporter Persik Kediri yang sering mendukung di stadion dan datang mendukung saat pertandingan tandang ketika Persik berlaga di kandang lawan selama di liga 3 tahun 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menguji beberapa hipotesis menggunakan analisis SEM (Structural Equation Modeling). Penelitian ini menggunakan data primer dengan mendistribusikan kuesioner pada periode waktu tertentu yang didistribusikan secara offline.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi Persik, perilaku tribalisme suporter, dan kepercayaan suporter kepada Persik Kediri berpengaruh positif pada hubungan antara Persik Kediri dan pendukungnya. Selanjutnya, hubungan antara Persik Kediri dengan pendukungnya berpengaruh positif pada *brand forgiveness* dan *brand loyalty*.

Kata Kunci: Persik Kediri, *Brand Reputation*, *Brand Tribalism*, *Brand Trust*, *Brand Relationship*, *Brand Forgiveness*, *Brand Loyalty*.

ABSTRACT

Football is one of the most successful globalizations because it can make supporters all over the world become highly fanatical. In Indonesia, football is the most popular sport. Persik Kediri is one of the football clubs in Indonesia that has a great history in Indonesian football. Persik Kediri was the best club in Indonesia twice, won the Indonesian League in 2003 and 2006 and has often represented Indonesia in the 2004 and 2007 Asian Champions League competitions. However, now the club has never won a title for approximately 11 years and experienced a very sharp decline in achievement and only competed in the lowest league 3 in the Indonesian league. Even so, the full support of supporters of Persik Kediri was fantastic and they remained fanaticism towards Persik Kediri.

This study aims to see how the influence of Persik's reputation, the behavior of supporters of tribalism, and the belief in Persik can create a relationship that exists between Persik Kediri and their supporters, so that the supporters are willing to forgive and remain loyal in supporting Persik Kediri.

Respondents in this study were supporter of Persik Kediri who often supported in the stadium and did awaydays when Persik competed in the opponent's cage during the 3rd league of 2018. This study uses a quantitative approach that tests several hypotheses using SEM (Structural Equation Modeling) analysis. This study uses primary data by distributing questionnaires at a specified time period that is distributed offline.

The results of this study indicate that the reputation of Persik, the behavior of supporters of tribalism and trust in Persik Kediri have a positive effect on the relationship between Persik Kediri and its supporters. Furthermore, brand relationship has a positive effect on brand forgiveness and brand loyalty.

Keywords:: *Persik Kediri, Brand Reputation, Brand Tribalism, Brand Trust, Brand Relationship, Forgiveness Brand, Brand Loyalty.*