

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN.....	5
D. MANFAAT PENELITIAN.....	6
E. OBJEK PENELITIAN	6
F. KERANGKA TEORI	7
1. <i>Fans</i> dan Fanatisme	7
2. Memahami <i>Fans</i> sebagai Audiens	11
3. <i>Football Spectatorship</i>	14
4. Brand Loyalty	17
5. <i>Fans</i> sebagai Konsumen	20
G. KERANGKA KONSEP.....	22
H. HIPOTESIS.....	24
I. OPERASIONALISASI KONSEP	25
J. METODOLOGI.....	29
1. Pendekatan Penelitian	29
2. Metode penelitian.....	29
3. Populasi dan Sampel	29
4. Metode dan Teknik Pengambilan Sampel	30
5. Sumber Data Penelitian.....	30
6. Teknik Pengumpulan Data.....	31

7. Uji Validitas dan Reliabilitas	31
8. Teknik Analisis Data.....	32
BAB II.....	33
MEMAHAMI FENOMENA FANATISME DAN KEHIDUPAN <i>FANS</i> SEPAK BOLA	33
1. <i>Fans</i> , stigma, dan berbagai fenomena di dalamnya	33
2. Proses perubahan perilaku sosial pada kelompok <i>fans</i>	48
3. Studi empiris konsumsi berbasis fanatisme	51
BAB III	54
<i>TRUE BLUE</i> , CISC, DAN IDENTITAS <i>FANS</i> CHELSEA DI INDONESIA	54
1. Chelsea Indonesian Supporters Club (CISC) sebagai <i>Fan Base</i> Chelsea terbesar di Asia	55
2. Keanggotaan dan Regional CISC	58
3. Ragam Kegiatan CISC	60
BAB IV	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Pilot Test	62
1. Uji Validitas	62
2. Uji Reliabilitas	63
B. Deskripsi Responden	64
1. Usia	64
2. Jenis Kelamin.....	66
3. Pendidikan terakhir	67
4. Pekerjaan.....	68
5. Lama menjadi <i>fans</i> Chelsea FC	69
6. Dari mana mengenal Chelsea FC.....	70
7. Apakah hanya menyukai Chelsea FC	71
8. Persentase Anggaran untuk Membeli Produk Chelsea FC	71
C. Analisis <i>Mean</i> Terhadap Pertanyaan Variabel Independen dan Dependen	73
1. Variabel Independen (X).....	73
2. Variabel Dependen.....	80
D. Analisa Korelasional <i>Pearson Test</i>	83
1. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen dan Variabel Dependen Secara Total	84

2. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Antara Kelima Dimensi Variabel Independen dan <i>Primary Loyalty</i> (Y_1)	86
3. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen dan <i>Secondary Loyalty</i> (Y_2)	87
E. Analisis Regresi	89
F. Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	92
1. Analisis tabulasi silang antara item pertanyaan umum no. 2 dan 8	92
1. Analisis tabulasi silang antara pertanyaan umum no. 8 dan item $X_{4,1}$	93
2. Analisis tabulasi silang antara pertanyaan umum no. 8 dan item $Y_{1,2}$	95
3. Analisis tabulasi silang antara <i>Gender</i> dan item $X_{3,1}$	96
BAB V	
PENUTUP	98
1. Kesimpulan	98
2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104