DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERSEMBAHAN iv
MOTTO v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Perumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 12
D. Manfaat Penelitian 12
1. Manfaat Teoritis 12
2. Manfaat Praktis 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEP DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 14
A. Kajian Teori 14
1. Team Brand Image 14
2. *Social Identity* 16
3. *Cumulative Fans Satisfaction* 18
4. *Fans Loyalty* 21
B. Penelitian Terdahulu 22
C. Hubungan Antar Variabel 27
1. Pengaruh *Team Brand Image* terhadap *Cumulative Fans Satisfaction* 27
2. Pengaruh *social identity* terhadap *fans loyalty* PSS Sleman 28
3. Pengaruh *team brand image* terhadap *fans loyalty* PSS Sleman 28

4. Pengaruh *cumulative fans satisfaction* terhadap *fans loyalty* PSS Sleman 29
D. Kerangka Konsep Penelitian 30
E. Hipotesis Penelitian 32
BAB III METODE PENELITIAN 34
A. Pendekatan Penelitian 34
B. Obyek dan Waktu Penelitian 35
C. Populasi dan Sampel 37
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian 39
1. Team Brand Image 40
2. Cumulative Fans Satisfaction 40
3. Social Identity 41
4. Fans Loyalty 42
E. Metode Pengambilan Data 44
1. Jenis dan Sumber Data 44
2. Metode Pengumpulan Data 44
3. Skala dan Pengukuran Data 45
F. Metode Analisis Data 46
1. Analisis Statistik Diskriptif 46
2. Analisis Statistik Inferensial 47
3. Pengujian Hipotesis 49
G. Variabel Kontrol 50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 51
A. Karakteristik Responden 51
B. Deskripsi Variabel Penelitian 54
C. Uji Konstruk Penelitian 65
1. Uji Validitas Konvergen Konstruk Penelitian 65
2. Uji Diskriminan Konstruk Penelitian 69
3. Uji Reliabilitas Konstruk Penelitian 70
D. Analisis SEM dengan *Partial Least Square* 71
1. Analisis *R-square* 71
2. Analisis Hubungan Antar Variabel 73
E. Hasil Pengujian Hipotesis 77

1. Hasil Uji Hipotesis 1: Team Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Fans Loyalty 77

2. Hasil Uji Hipotesis 2: Social Identity berpengaruh signifikan terhadap Fans Loyalty 77

3. Hasil Uji Hipotesis 3: *Team Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Cumulative Fans Satisfaction* 77

4. Hasil Uji Hipotesis 4: *Cumulative Fans Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Fans Loyalty* 78

5. Hasil Uji Hipotesis 5: *Cumulative Fans Satisfaction* memediasi pengaruh *Team Brand Image* terhadap *Fans Loyalty* 78

F. Pembahasan Hasil Penelitian 79

1. Pengaruh *Team Brand Image* terhadap *Fans Loyalty* 79

2. Pengaruh *Social Identity* terhadap *Fans Loyalty* 81

3. Pengaruh *Team Brand Image* terhadap *Cumulative Fans Satisfaction* 83

4. Pengaruh *Cumulative Fans Satisfaction* terhadap *Fans Loyalty* 84

5. Peran Mediasi *Cumulative Fans Satisfaction* dalam Pengaruh *Team Brand Image* terhadap *Fans Loyalty* 86

6. Pengaruh Variabel Kontrol terhadap Fans Loyalty 87

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN 88

A. Kesimpulan 89

B. Keterbatasan Penelitian 91

C. Saran 92

DAFTAR PUSTAKA 94

LAMPIRAN 100

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner 100

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Responden 105

Lampiran 3. Kerangka Penelitian PLS-SEM : Model 134