

**PENGARUH MOTIVATOR INTERNAL, MOTIVATOR  
EXTERNAL, INTERNAL *CONSTRAINT*, DAN EXTERNAL  
*CONSTRAINT* TERHADAP NIAT BELI ULANG PENONTON  
PADA TIKET EVENT OLAHRAGA BASKET DI KOTA  
BANDUNG**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh**

**Helmi Mia Puspita**

**2013120172**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VVI/S/2018**

**BANDUNG**

**2018**

**THE INFLUENCE OF INTERNAL MOTIVATOR, EXTERNAL  
MOTIVATOR, INTERNAL CONSTRAINTS, AND EXTERNAL  
CONSTRAINT TOWARDS CONSUMER REPURCHASE  
INTENTION ON TICKET OF BASKETBALL EVENT IN  
BANDUNG**



**UNDERGRADUATE THESIS**

**Submitted to complete the requirements  
To obtain Bachelor Degree in Economics**

**By**

**Helmi Mia Puspita**

**2013120172**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
ECONOMICS FACULTY  
MANAGEMENT DEPARTMENT**

**Accredited by BAN-PT .No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VVI/S/2018**

**BANDUNG**

**2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Pengaruh Motivator Internal, Motivator External, Internal *Constraint*, dan  
External *Constraint* Terhadap Niat Beli Ulang Penonton Pada Tiket Event  
Olahraga Basket di Kota Bandung**

**Oleh**

**Helmi Mia Puspita**

**2013120172**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Bandung, 3 Agustus 2018**

**Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,**



**Triyana Iskandarsyah, Dra., M.si**

**Pembimbing Skripsi,**



**Dr. Istiharini S.E., M.M.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Helmi Mia Puspita  
Tempat, tanggal lahir : 10 Januari 1995  
Nomor Pokok : 2013120172  
Program studi : Manajemen  
Jenis naskah : Skripsi

### JUDUL

“Pengaruh Motivator Internal, Motivator External, Internal *Constraint*, dan External *Constraint* Terhadap Niat Beli Ulang Penonton Pada Tiket Event Olahraga Basket di Kota Bandung”

dengan,

Pembimbing : Dr. Istiharini S.E., M.M.

### SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya unggap dan tandai

2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU. No 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademi, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 3 Agustus 2018

Pembuat pernyataan :



Helmi Mia Puspita

## ABSTRAK

Olahraga basket merupakan salah satu olahraga favorit yang memiliki banyak penggemar, hal ini dibuktikan dengan masuknya olahraga basket sebagai 10 olahraga favorit di Indonesia maupun dunia. Olahraga basket di Indonesia seringkali mengharumkan nama baik Indonesia dengan prestasinya seperti mendali emas pada pra event Asian Games, dan juga juara SEABA Pra Kualifikasi Asia Cup 2018. Dengan prestasi yang cemerlang ini pasti banyak fans yang ingin datang untuk menonton event olahraga basket dalam rangka memberi dukungan, namun selain memberikan dukungan masih terdapat alasan lain mengapa mereka menonton event olahraga basket. Berdasarkan *preliminary research* terhadap penggemar basket yang ada di kota Bandung mengenai alasan untuk datang ke event olahraga terdapat beberapa alasan diantaranya menyukai pemain atau tim, diajak oleh teman, melihat iklan, dst yang dapat dikategorikan sebagai motivator internal, internal *constraint*, motivator external, dan external *constraint*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari motivator internal, internal *constraint*, motivator external, dan external *constraint* terhadap niat beli ulang penonton pada event olahraga basket. Variabel bebas (X) yaitu motivator internal, internal *constraint*, motivator external, dan external *constraint*. Sedangkan variabel terkait (Y) yang digunakan adalah niat beli ulang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, studi literature dan menyebarkan kuisioner ke 100 responden dengan metode *judgement sampling* dimana responden merupakan penggemar basket yang pernah datang lebih dari 3 kali dalam setahun terakhir ke event olahraga basket. Teknik analisa Data yang digunakan berupa deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivator internal (X1) dan motivator external (X3) berpengaruh secara positif terhadap niat beli ulang. Sedangkan internal *constraint* (X2) dan external *constraint* (X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang. Besarnya pengaruh masing-masing variable independen tersebut terhadap niat beli ulang yaitu motivator internal sebesar 0,373 dan motivator external sebesar 0,173. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, persepsi responden terhadap motivator internal dan motivator external penonton dapat dikatakan sudah baik, sedangkan internal *constraint* dan external *constraint* sudah cukup baik.

Kata kunci : motivator internal, internal *constraint*, motivator external, external *constraint*, niat beli ulang, event olahraga basket

## ABTRACT

Basketball is one of the most favourite sports that have many fans, this can be proved by the inclusion of basketball as 10 of most favourite sports not only in Indonesia, but also worldwide. In Indonesia, basketball often gets achievements such as gold medal from Asian Games pre-event and as a champion at SEABA Pre-Qualification Asia Cup 2018. With those achievements, basketball certainly makes a lot its fans want to come to basketball events in order to support the team but not only that reason that makes the fans watch basketball. Based on the preliminary research on basketball fans in Bandung, there are another reasons why they watch a basketball event; including the likes of certain teams or players, invited by a friend, viewing some advertisements, many other reasons, which can be categorized as an internal motivator, internal constraint, external motivator, and external constraint.

This study aims to determine how does internal motivator, internal constraint, external motivator, and external constraint influence repurchase intention from fans at basketball events. The independent variables (X) are internal motivator, internal constraint, external motivator, and external constraint. The related variable (Y) is the repurchase intention. The method used in this research is descriptive method. The data was collected by observing, interviewing, studying literature and disseminating questionnaire to 100 respondents with judgement sampling method where the respondents are basketball fans who had come to basketball events more than 3 times in the past 1 year. Data analysis techniques that were used in this thesis are descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

The result shows that the internal motivator (X1) and external motivator (X3) have positive influences on the repurchase intention. Meanwhile the internal constraint (X2) and external constraint (X4) have no significant effect on the repurchase intention. The magnitude of influence of each independent variable on the repurchase intention of the internal motivator is 0.373 and of the external motivator is 0.173. Based on the result of the analysis conducted, consumer perceptions of internal motivator and external motivator can be said to be good, while internal constraints and external constraints are already good enough.

Keywords: internal motivator, internal constraint, external motivator, external constraint, repurchase intention, basketball event

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Motivasi Internal, Motivator External, Internal *Constraint*, dan External *Constraint* Terhadap Niat Datang Kembali Penonton Pada Event Olahraga Basket di Kota Bandung”

Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Universitas Katolik Parahyangan. Dasar penyusunan laporan ini adalah untuk dapat mengetahui mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dari motivator internal, motivator external, internal *constraint*, external *constraint* yang berpengaruh kepada niat datang kembali penonton basket di kota Bandung

Terselesainya laporan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang penulis hormati:

1. Tuhan Yesus Kristus karena berkat dan bimbingan dari Tuhan yang sudah menyertai saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Alm. Papah selaku orang tua yang saya sayangi dan kasihan yang sudah selalu menyertai dan juga memberikan berkatnya untuk saya selama ini walaupun papah sudah ada disurga saya yakin papah tetap melindungi dan menjaga saya selama hidup saya..
3. Mamah selaku orangtua saya yang selama ini sudah membesarkan saya dengan kasih sayang, sabar dan selalu ada disaat saya membutuhkan bantuan, yang selalu mengingatkan saya dan juga mendukung saya selama proses hidup saya.
4. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.si selaku Ketua Prodi Jurusan S1 Manajemen
5. Ibu Dr. Istiharini S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menerima saya, meluangkan waktu, kesabaran, dan perhatian untuk memberikan arahan, saran, kritik, dan masukan bagi penulis.

6. Ibu Vera Intanie Dewi, S.E., M.M. selaku dosen wali penulis yang sudah mau menjadi dosen wali selama saya kuliah.
7. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., yang sebelumnya telah membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk saya. Dan juga selama ini sudah mau mendengarkan cerita saya.
8. Bapak Fernando Mulia SE., M.Kom., yang sudah memberikan saya banyak kesempatan dalam mengikuti kegiatan yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan dan juga selalu memberikan saya semangat dan dukungan selama saya kuliah.
9. Ibu Annisaa Novieningtyas, S.E., M.S.M., Ibu Irsanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng., Ibu Angela Teressia, S.IP., M.M., Ibu Rizka Nugraha Pratikna, S.E., M.M., yang sudah mau mendengarkan keluh kesah saya dan juga selalu menyemangati saya dalam proses kuliah saya.
10. Segenap dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan perkuliahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Seluruh staf tata usaha dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan atas semua bantuan yang telah diberikan.
12. Delvine Toleng, Adinda Dewi, Hyacinta Louisa, Lusia Angela teman saya dari saya masih SMP yang selalu ada, selalu mau mendengarkan, menghibur dan menyemangati saya dalam pengerjaan skripsi ini
13. Teman-teman “Bensin” Cynthia Fransiska, Hanny Melissa, Theresia Josephine, Fransiska Juliati, dan Catalina Tamara yang selalu menyemangati saya, selalu menghibur saya, dan menemani saya setiap saat.
14. Theresia Alexandra dan Bella Marcella teman saya yang galak dan pemarah tapi selalu ada untuk saya, dan juga selalu mengingatkan saya mengenai skripsi ini.
15. Kepada Jessica Setiawan teman saya semasa kuliah yang sangat rajin dan membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
16. Kepada Josephine, Feliani, Felicia Margaretha, Sophia, Stella, dan Irene sebagai teman-teman yang selalu ada juga untuk saya.
17. Niken Devi, Adrian, Angela Nadia, Angel, Eldwin Reyga teman dalam mengerjakan skripsi ini bersama.



18. Albertus Susanto, Theodorus, Reza, Ricky, dan Frans yang sudah menjadi teman
19. Seluruh keluarga besar saya yang sudah selalu ada dan mengingatkan saya dalam proses kuliah.
20. Seluruh responden wawancara dan juga kuesioner yang telah membantu melengkapi data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
21. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi event olahraga basket yang ada serta bagi seluruh pihak yang membaca laporan penelitian ini. Adapun laporan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis selalu terbuka terhadap kritik dan saran dari semua pihak.

Bandung, 3 Agustus 2018,

Penulis

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
BAB 2 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1 Event Olahraga.....	8
2.2 Usaha Pemasaran Event Olahraga.....	9
2.3 Definisi Motivasi.....	9
2.3.1 Faktor Motivasi.....	11
2.3.2 Motivasi Internal dan External.....	11
2.3.3 Motif Menghadiri Event Olahraga.....	12
2.4 Constraint.....	13
2.5 Niat Beli Ulang (Repurchase Intention).....	15
BAB 3 Metode Penelitian dan Objek Penelitian.....	17
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	17
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.2 Variabel Penelitian.....	18
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	18
3.4 Populasi dan Sampel.....	29

3.5	Pengukuran Variabel .....	30
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	30
3.7	Teknik Analisis Data .....	34
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	34
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.8	Objek Penelitian .....	38
3.9	Profil Responden .....	39
3.9.1	Jenis Kelamin.....	39
3.9.2	Usia.....	39
3.9.3	Pekerjaan.....	40
3.9.4	Pendapatan.....	41
3.9.5	Pernah Menonton Event Olahraga Basket.....	41
3.9.6	Jumlah Menonton Evenet OlahragaBasket dalam Setahun Terakhir	42
BAB 4 Hasil dan Pembahasan .....		43
4.1	Analisis Motivator Internal Penonton Event Olahraga Basket .....	43
4.1.1	<i>Achievement</i> .....	43
4.1.2	<i>Attachment to Community</i> .....	46
4.1.3	<i>Attachment to The Coach</i> .....	48
4.1.4	<i>Attachment to The Level of Sport</i> .....	50
4.1.5	<i>Attachment to The Player</i> .....	53
4.1.6	<i>Attachment to The Sport</i> .....	54
4.1.7	<i>Attachment to The Team</i> .....	56
4.1.8	<i>Escape</i> .....	58
4.1.9	<i>Social</i> .....	59
4.2	Analisis Internal Constraint Penonton Event Olahraga Basket.....	61
4.2.1	<i>Lack of Knowledge</i> .....	62

4.2.2	<i>Lack of Someone to Attend With</i> .....	64
4.2.3	<i>Lack of Success</i> .....	65
4.2.4	<i>Not Interest From Others</i> .....	67
4.3	Analisis Motivator External Penonton Event Olahraga Basket .....	69
4.3.1	<i>Aesthetic</i> .....	70
4.3.2	<i>Drama</i> .....	71
4.3.3	<i>Media</i> .....	72
4.3.4	<i>Player Behaviour</i> .....	74
4.3.5	Promotion.....	77
4.3.6	Role Model.....	78
4.4	Analisis External <i>Constraint</i> Penonton Event Olahraga Basket .....	80
4.4.1	<i>Commitments</i> .....	80
4.4.2	<i>Cost</i> .....	81
4.4.3	<i>Leisure of Alternatives</i> .....	83
4.4.4	<i>Location</i> .....	85
4.4.5	<i>Parking</i> .....	87
4.4.6	<i>Participant Sport Alternatives</i> .....	88
4.4.7	<i>Sport Entertainment</i> .....	89
4.5	Analisis Beli Ulang Penonton Pada Tiket Event Olahraga Basket di Kota Bandung.....	90
4.6	Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda.....	92
4.6.1	Uji Normalitas.....	92
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	93
4.6.3	Uji Multikolinearitas.....	94
4.7	Analisis Pengaruh Motivator Internal, Internal <i>Constraint</i> , Motivator External, dan External <i>Constraint</i> Terhadap Niat Beli Ulang Penonton Tiket Event Olahraga Basket di Kota Bandung.....	95

4.7.1	Uji model Regresi Linier Berganda Secara Simultan (Uji F).....	97
4.7.2	Uji Hipotesis Parsial Pengaruh Setiap Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y) (Uji T).....	98
4.8	Kontribusi Motivator Internal, Internal <i>Constraint</i> , Motivator External, dan External <i>Constraint</i> Terhadap Niat Beli Ulang Penonton Pada Tiket Event Olahraga Basket di Kota Bandung .....	101
	BAB 5 Kesimpulan dan Saran .....	102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	110
	Daftar Pustaka .....	112
	Lampiran 1 .....	116
	Contoh Kuisisioner .....	116
	LAMPIRAN 2 .....	128
	DAFTARPERTANYAAN WAWAWANCARA PENDAHULUAN.....	128
	LAMPIRAN 3.....	130
	REKAPWAWAWANCARA PENDAHULUAN MAHASISWA UNPAR.....	130
	LAMPIRAN 4.....	133
	REKAP PROFIL RESPONDEN .....	133
	Lampiran 5 .....	138
	Rekap Jawaban Responden Per Variabel.....	138
	Lampiran 6 .....	162
	Hasil Output SPSS Validitas dan Reliabilitas.....	162
	Daftar Riwayat Hidup Penulis .....	179

## DAFTAR TABEL

Table 3.3-1. Operasional Variabel X .....	19
Table 3.3-2. Operationalisasi Variabel Y .....	28
Table 3.5-1 Pengukuran Variabel .....	30
Table 3.6-1 Hasil Pengujian Validitas .....	32
Table 3.6-2 Hasil Pengujian Reabilitas.....	33
Table 3.7-1 Interpretasi Rata-Rata Hitung.....	35
Table 3.9-1 Hasil Profil Responden Jenis Kelamin .....	39
Table 3.9-2 Hasil Profil Responden Usia .....	39
Table 3.9-3 Hasil Profil Responden Pekerjaan .....	40
Table 3.9-4 Hasil Profil Responden Pendapatan .....	41
Table 3.9-5 Hasil Profil Responden Pernah Menonton Event Olahraga Basket .....	41
Table 3.9-6 Hasil Profil Responden Jumlah Menonton Evenet Olahraga Basket dalam Setahun Terakhir .....	42
Table 4.1-1 Rata-Rata Hitung Penonton mengenai <i>Achievement</i> .....	44
Table 4.1-2 Rata-rata Hitung Penonton Attachment to Community .....	46
Table 4.1-3 Rata-rata Hitung Penonton <i>Attachmen to The Coach</i> .....	48
Table 4.1-4 Rata-rata Hitung Penonton Attachment to The Level of Sport .....	51
Table 4.1-5 Rata-rata Hitung Penonton Attachment to The Player .....	53
Table 4.1-6 Rata-Rata Hitung Penonton <i>Attachment to The Sport</i> .....	55
Table 4.1-7 Rata-rata Hitung Penonton <i>Attachment to The Team</i> .....	56
Table 4.1-8 Rata-rata hitung Penonton <i>Escape</i> .....	58
Table 4.1-9 Rata-rata Hitung Penonton <i>Social</i> .....	60
Table 4.2-1 Rata-rata Hitung Penonton <i>Lack of Knowledge</i> .....	62
Table 4.2-2 Rata-rata Hitung Penonton <i>Lack of Someone to Attend With</i> .....	64
Table 4.2-3 Rata-rata Hitung Penonton Lack of Success .....	66
Table 4.2-4 Rata-rata Hitung Penonton Not Interest From Others .....	68
Table 4.3-1 Rata-rata Hitung Penonton Aesthetic .....	70
Table 4.3-2 Rata-rata Hitung Penonton <i>Drama</i> .....	71
Table 4.3-3 Rata-rata Hitung <i>Media</i> .....	72
Table 4.3-4 Rata-rata Hitung Penonton Player Behaviour .....	75
Table 4.3-5 rata-rata Hitung Penonton Promotion.....	77

Table 4.3-6 Rata-rata Hitung Penonton <i>Role Model</i> .....	78
Table 4.4-1 Rata-rata Hitung Penonton <i>Commitments</i> .....	80
Table 4.4-2 Rata-rata Hitung Penonton <i>Cost</i> .....	82
Table 4.4-3 Rata-rata Hitung Penonton Leisure of Alternatives .....	84
Table 4.4-4 Rata-rata Hitung Penonton <i>Location</i> .....	85
Table 4.4-5 Rata-rata Hitung Penonton Parking.....	87
Table 4.4-6 Rata-rata Hitung Penonton <i>Participant Sport Alternatives</i> .....	88
Table 4.4-7 Rata-rata Hitung Penonton <i>Sport Entertainment</i> .....	89
Table 4.5-1 Rata-rata Hitung Penonton Niat beli ulang.....	90
Table 1.1-1 Uji Multikolinearitas .....	95
Table 4.7-1 <i>Coefficients</i> .....	95
Table 4.7-2 <i>ANOVA</i> .....	97
Table 4.8-1 Model Summary .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5-1 Kereangka Pemikiran.....	7
Gambar 4.6-1 Uji Normalitas .....	93
Gambar 1.1-2 Uji Heteroskedastisitas .....	94



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Olahraga merupakan kata yang tidak asing buat kita, hampir setiap hari kita melakukan olahraga. Hidup sehat dengan berolahraga sudah menjadi tren bagi masyarakat perkotaan pada saat ini. Tidak hanya menjadikan tubuh sehat, tetapi dengan berolahraga, masyarakat juga memiliki lebih banyak kesempatan untuk bertemu dengan orang-orang baru. Saat ini, mulai banyak event-event olahraga yang diadakan di kota besar yang juga melibatkan peserta internasional seperti contohnya adalah Asian Games 2018<sup>1</sup>. Olahraga memiliki berbagai macam cabang, salah satunya adalah bola basket.

Bola basket memiliki sejarah yang cukup panjang di Indonesia. Tercatat sejak tahun 1930-an, walau belum resmi menjadi sebuah negara yang merdeka, beberapa kota di Indonesia telah memiliki klub-klub lokalnya sendiri. Olahraga bola basket sudah dikenal sejak zaman Indonesia masih di bawah penjajahan Belanda, umumnya di Yogyakarta dan Solo. Sejarah basket bermula pada PON pertama, bulan September tahun 1948. Bola basket sudah menjadi salah satu olahraga yang dipertandingkan. Sejak saat itu basket mulai berkembang dengan pesat. Berikut urutan sejarah basket Indonesia sejak dahulu sampai saat ini; Persatuan olahraga basket dibentuk pada tanggal 23 Oktober 1951 yang bernama Persatuan Basketball Seluruh Indonesia (disingkat PERBASI). Namun pada tahun 1955 namanya berubah menjadi Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia dengan singkatan tetap PERBASI. Pada tahun yang sama juga diselenggarakan konferensi basket Indonesia di Bandung<sup>2</sup>.

Kata *event* olahraga sebetulnya merupakan bagian yang melekat dalam olahraga dimana di negara maju posisinya sudah sangat stabil dan terintegrasi dengan industri, namun dalam naskah ini kita perbincangkan makna *event* olahraga itu juga termasuk sebagai sebuah kegiatan olahraga terprogram, festival, kejuaraan, pertandingan, kompetisi dan lain-lain yang sejenis yang dikelola secara baik dan profesional<sup>3</sup>.

<sup>1</sup><http://www.ilmusipil.com/daftar-negara-peserta-asian-games-2018-di-indonesia>

<sup>2</sup><https://tirto.id/mahalnya-jadi-tuan-rumah-ajang-olahraga-akbar-cuXr>

<sup>3</sup><http://umiyimia.blogspot.com>

Memajukan olahraga dan *event* olahraga itu berarti bahwa melaksanakan pembinaan dan pengembangan olahraga dengan benar dan meluas, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat. penggiat olahraga termasuk tenaga teknis yang terampil dan diandalkan tentu harus terlebih dahulu memahami bagaimana seseorang atau sekelompok orang harus terlibat dan atau menjadi bagian dalam kegiatan olahraga demi kesehatan, kegembiraan, hubungan sosial, dan kualitas hidup yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam wilayah memajukan kegiatan olahraga dapat dilaksanakan dengan berorientasi pada tujuan, pada kekayaan daerah, pada minat dan perhatian masyarakat setempat, dan lain-lain. Prinsip dasar yang lainnya adalah bagaimana kegiatan olahraga rekreasi ini berjalan terus menerus dan berkelanjutan dan dikembangkan dalam masa-masa tertentu dalam wilayah dan lomba yang dapat mempersaingkan seiring dengan potensi yang dimilikinya serta dapat menjadi hiburan atau tontonan yang menarik. Perhatian yang perlu lebih diutamakan adalah juga bagaimana *event* olahraga pun dapat menjadi bernilai ekonomi. Untuk itu program *event* olahraga yang terencana dengan baik dapat menjadi sumber pendorong sesuatu kegiatan olahraga yang menghasilkan.

Menguatnya konsep kompetisi *multievent* yang terus terpelihara sebagai model pengembangan kompetisi olahraga di Indonesia, di antaranya disebabkan oleh karena cara pandang yang membuat masyarakat gagal paham tentang pembangunan industri olahraga yang bernilai ekonomi. Disamping itu juga, orientasi berpikir pengembangan prestasi olahraga adalah dalam rangka mempersiapkan atlet Indonesia ke berbagai *multievent* olahraga internasional, seperti: *SEA Games*, *Asian Games*, dan *Olympic Games*. Konsep pembangunan yang dikembangkan berkisar dalam wilayah fasilitasi, yaitu bagaimana setiap induk organisasi cabang olahraga dapat melakukan pemusatan latihan menjelang dan/atau dalam rangka persiapan *multievent* internasional tersebut di atas. Hal ini dimaksudkan adalah apabila sistem pembinaan dan pengembangan setiap cabang olahraga sudah terstandarisasi kelas dunia sesungguhnya prestasi tinggal menunggu waktu.

Dalam olahraga basket, event olahraga yang paling besar dan dilakukan setiap bulannya adalah Indonesian Basketball League (IBL). Pada pelaksanaannya IBL sering kali didukung oleh beberapa sponsor baik segi jasa maupun sebuah produk.

Dengan berjualan pada event olahraga, makalah ini bisa merupakan salah satu faktor dimana penonton yang hadir jadi lebih mengetahui mengenai produk/ jasa tersebut.

Penonton yang merupakan sumber dana tambahan untuk pihak penyelenggara. Ada penonton yang benar-benar ingin menyaksikan pertandingan olah raga dan ada pula yang hanya sekedar mengisi waktu luang. Seperti yang ada dalam jurnal Kim dan Trail (2010) terdapat berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penonton untuk menyaksikan sebuah event olahraga. Beberapa faktor tidak langsung berasal dari responden olahraga tetapi beberapa faktor memiliki komponen internal dan eksternal di dalamnya. Misalnya, secara umum dapat disepakati bahwa keberadaan Tim benar-benar internal. Namun, tidak begitu pasti apakah *Lack of Success* bersifat internal atau eksternal. Meskipun, persepsi responden olahraga apakah tim berhasil atau tidak bersifat internal, persepsi diperoleh berdasarkan kinerja aktual tim, yang bersifat eksternal bagi individu. Keterbatasan yang terkait dengan konstruksi tumpang tindih antara kategori internal dan eksternal mungkin hasil dari sifat awal dan agak umum dari klasifikasi yang digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti masa depan mungkin membutuhkan subkategori dimensi internal dan eksternal untuk lebih tepat menjelaskan sifat *constraint* dan motivator atau klasifikasi alternatif tergantung pada tujuan dan konteks penelitian.

Menurut Kim dan Trail(2010) terdapat dua motivator yang mempengaruhi penonton untuk memutuskan menyaksikan sebuah event olahraga, yaitu motivator internal dan motivator eksternal. Timbulnya motivator internal disebabkan karena adanya kebutuhan dan keinginan yang ada dalam diri seseorang. Kekuatan ini akan mempengaruhi pikirannya, yang selanjutnya akan mengarahkan perilaku orang tersebut. Sedangkan motivator eksternal yaitu dorongan dari pihak lain yang menimbulkan keinginan untuk melakukan suatu hal (Dalam hal ini menghadiri sebuah event olahraga). Dapat dikatakan, Motivator internal yaitu kehadiran tim, yang mana penonton merupakan fans dari salah satu tim, dan hobi terhadap suatu cabang olahraga. Selain itu juga terdapat *constraint* yaitu *constraint* internal yaitu seperti kurang suksesnya acara diselenggarakan dan motivator eksternal yaitu seperti dekatnya lokasi pertandingan, terjangkaunya harga tiket, dst. Sementara

itu ada juga *constraint* eksternal yaitu perihal kenyamanan yang menjelaskan jumlah variasi unik penonton yang hadir.

Penelitian Kim dan Trail (2010) akan menyelidiki bagaimana *constraint*, bersama dengan motivator, mempengaruhi keputusan penonton. Dari sudut pandang praktis, kemampuan untuk mengevaluasi *constraint* dan motivator dengan benar memberi kesempatan kepada manajer olahraga untuk lebih efektif melayani penggemar yang ada, serta menarik penggemar baru. Secara khusus, pengetahuan tentang *constraint* yang akan sangat penting bagi tim yang berjuang untuk menarik penggemar karena kehadiran yang buruk mungkin mencerminkan bahwa *constraint* yang dirasakan saat menghadiri pertandingan tim lebih menonjol bagi penonton potensial daripada motivator. Oleh karena itu, pihak penyelenggara perlu mengidentifikasi *constraint* yang berpengaruh dan untuk meringankan *constraint* tersebut melalui komunikasi pemasaran.

Berdasarkan dari hasil *preliminary research* yang dilakukan kepada 30 orang secara acak terdapat beberapa alasan untuk datang ke event olahraga basket seperti suka dengan pemain dan tim, ingin *refreshing*, diajak oleh teman atau keluarga. Dan juga alasan mengapa mereka tidak mau datang ke event olahraga yaitu tidak suka olahraga, tidak mengerti pertandingan, dan lokasi pertandingan yang jauh. Terdapat beberapa faktor yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Trail (2010).

Maka dari itu dengan adanya event olahraga dapat memberikan keuntungan baik bagi penonton maupun penyelenggara karena penonton menjadi bisa memenuhi keinginannya untuk menonton, sedangkan penyelenggara akan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan tiket yang dilakukan. Maka dari itu kedatangan kembali dari penonton dengan cara membeli tiket dari event olahraga basket. Karena dengan membeli tiket dan menonton event olahraga dapat memberikan penghasilan kepada promotor yang mengadakan event olahraga tersebut. Selain itu juga sponsor dari event olahraga akan mendapatkan keuntungan berupa *awareness* dari penonton dan bisa meningkatkan penjualan mereka apabila mereka berjualan pada saat acara berlangsung.

Berdasarkan penjabaran yang ada diatas dan *preliminary research* maka penulis tertarik untuk membuat penelitian replikasi dari jurnal tersebut dengan judul “Pengaruh Motivator Internal, Motivator External, Internal *Constraint*, dan External *Constraint* Terhadap Niat Beli Ulang Penonton Pada Tiket Event Olahraga Basket di Kota Bandung”

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh motivator internal terhadap penonton basket?
2. Bagaimana pengaruh internal *constraint* terhadap penonton basket?
3. Bagaimana pengaruh motivator external terhadap penonton basket?
4. Bagaimana pengaruh external *constraint* terhadap penonton basket?
5. Bagaimana pengaruh motivator internal, internal *constraint*, motivator external dan external *constraint* terhadap niat beli ulang penonton terhadap event olahraga basket?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh motivator internal terhadap penonton basket.
2. Mengetahui pengaruh internal *constraint* terhadap penonton basket.
3. Mengetahui pengaruh motivator external terhadap penonton basket.
4. Mengetahui pengaruh external *constraint* terhadap penonton basket.
5. Mengetahui pengaruh motivator internal, internal *constraint*, motivator external dan external *constraint* terhadap niat beli ulang penonton terhadap event olahraga basket.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian ini berguna:

- **Bagi Penulis**

Mempraktekkan dan membandingkan antara teori-teori yang telah diajarkan serta dipelajari selama di bangku perkuliahan dengan realita yang benar-benar terjadi di lapangan.

- **Bagi Penyelenggara**

Dengan melakukan penelitian ini semoga dapat menjelaskan akar permasalahan dan pada akhirnya menjadi masukan dalam pengembangan strategi untuk meningkatkan minat menonton *sport event*.

- **Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini semoga bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan dan membutuhkan penelitian ini.

## **1.5 Kerangka Pemikiran**

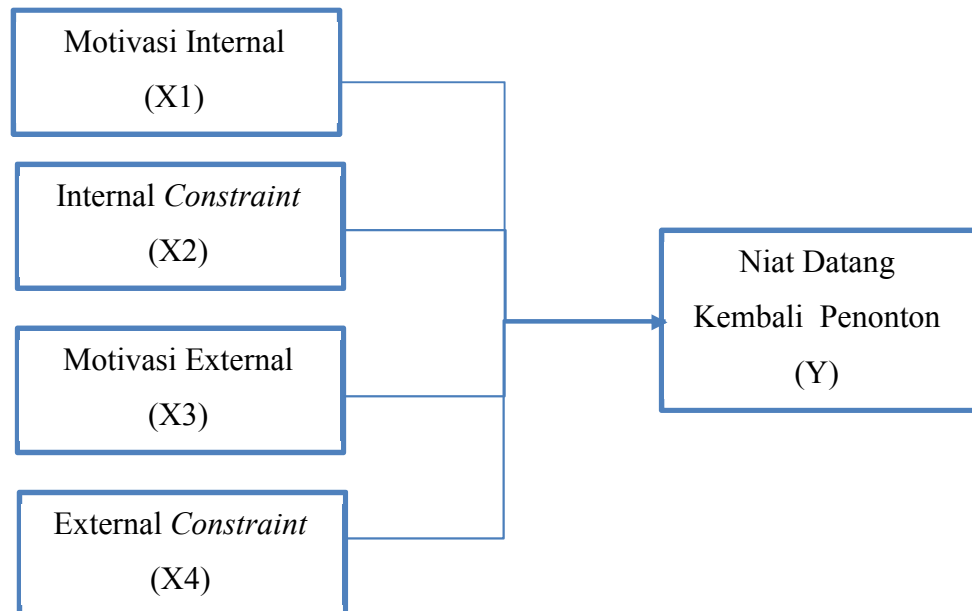
Menurut Kim dan Trail (2010) “*We have added two motivator categories (internal and external) that were not present in Crawford et al.’s model. Internal motivators are defined as internal psychological cognitions that motivate behavior (e.g., needs, values, beliefs, goals, role identities). External motivators are defined as social or environmental aspects that attract the individual to the behavior (e.g., promotions, the media, market demand variables, and feature preferences), Crawford et al. (1991)*”.

*Constraint is an umbrella term that means boundaries, obstructions, tendencies, and states (Hawkins, 2003). A constraint in information theory is defined as a degree of statistical dependence among variables (Garner, 1962). In addition, the term constraint is often used in the business management context and is described as a factor or factors, which may limit an organization’s performance relative to its objective (Cox & Goldratt, 1986). Finally, in the leisure realm, a constraint is defined as a factor that prevents or prohibits an individual from participating and enjoying a leisure activity (Jackson, 2000). In the sport literature, Fizek and Bennett (1989) found that if the game was broadcast on television or radio, it might deter people from going to the venue. Hansen and Gauthier (1989) and Zhang, Pease, Hui, and Michaud (1995) reported that game schedule negatively influenced attendance as well.*

Menurut Blackwell et al (2006), niat beli ulang atau *repurchase intention* adalah indikasi apakah konsumen akan membeli produk yang sama pada pembelian selanjutnya. Evans et al (2009) berpendapat jika pembelian yang dilakukan terhadap barang dan jasa yang sama dirasakan cukup bermanfaat, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Bedasarkan uraian di atas, maka penulis menarik hipotesis sebagai berikut: “Pengaruh Motivasi Internal, Motivasi External, Internal *Constraint*, dan External *Constraint* Terhadap Niat Datang Kembali Penonton Pada Event Olahraga Basket di Kota Bandung”

Berikut ini adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1.5-1 Kereangka Pemikiran