

INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku Knights Society dalam menonton event NBL di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah riset deskriptif dengan menggunakan 8 elemen perilaku konsumen yang meliputi : apa yang dibeli, siapa yang membeli, siapa yang mempengaruhi dalam pembelian, mengapa konsumen membeli, dimana konsumen membeli, kapan konsumen membeli, seberapa sering konsumen membeli, dan apa yang dirasakan konsumen setelah membeli. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua anggota Knights Society yang pernah menonton event pertandingan NBL di Surabaya, minimal menonton 3 kali dalam 1 tahun terakhir, dengan pendidikan terakhir minimal SMP yang diharapkan dapat memahami dan mengisi kuisioner dengan baik. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 127 responden, dan untuk menjawab masalah penelitian maka metode pengolahan data yang digunakan adalah tabel frekuensi, presentasi diagram batang, dan tabulasi silang.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa konsumen Knights Society dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan, berpendidikan akhir SMA, berusia 20 tahun-25 tahun dan berprofesi sebagai mahasiswa, lebih banyak responden yang membeli tiket reguler ketika menonton event pertandingan NBL di Surabaya, responden dipengaruhi teman dalam menonton event pertandingan NBL di Surabaya, responden beralasan menonton pertandingan NBL di Surabaya karena ingin menonton pertandingan yang seru, responden membeli tiket NBL di Loket Graha Pena, responden menonton pertandingan NBL saat ada pertandingan yang dirasa menarik, responden menonton pertandingan NBL sebanyak 3 kali – 5 kali dan merasa senang dan terhibur setelah menonton pertandingan NBL.

Kata Kunci : perilaku konsumen, deskriptif, event, olahraga

Abstract

The purpose of this study was to determine consumer behavior Knights Society when watching NBL competition event at Surabaya. this research are used descriptive research by 8 element on consumer behavior that include : *what to buy, who is the buyer, who influence in the buying why they buy, where they buy, when they buy, how often they buy, and how they evaluate it after purchase.* The target population used in this study were all members of the Knights Society who ever watching NBL competition event at Surabaya, at least watch 3 times in the last 1 year, with a minimum of junior high school education are expected to understand and fill out a questionnaire clearly. All of sample in this research includes 127 respondences and to solve this research data research methods used there's a frequency table, chart diagram presentation, and crosstabulation.

From this study showed that consumers Knights Society in this study were mainly women, educated end of high school, 20-year-old and 25-year profession as a student, more respondents who buy tickets when watching regular event NBL match in Surabaya, the respondents influenced friend NBL match in watching events in Surabaya, the respondent argued watch NBL match in Surabaya because he wanted to watch the exciting match, respondents buy tickets in Loket Graha Pena NBL, NBL respondents watch a game when there is a match that is considered attractive, respondents watched the game 3 times NBL - 5 times and meraa happy and entertained after watching the game NBL.

Keywords : *Consumen Behavior, descriptive, event, sport*