PENGARUH *EXPERIENCE MARKETING, MEDIA SOSIAL MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTANDINGAN BASKET DI ARENA DBL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

OLEH :
JONATHAN DHARMA NALENDRA
NBI. 1122200096

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

PENGARUH *EXPERIENCE MARKETING, MEDIA SOSIAL MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTANDINGAN BASKET DI ARENA DBL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

OLEH :
JONATHAN DHARMA NALENDRA
NBI. 1122200096

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	**Jonathan Dharma Nalendra**
NBI	:	**1122200096**
Judul	:	**Pengaruh *Experience Marketing*, *Media Sosial Marketing*, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Basket di Arena DBL Surabaya**

Surabaya, 30 Juni 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1

Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
NPP. 20120.86.0057

TANDA PENGESAHAN SKRISPI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 30 Juni 2026.

Dewan Penguji:

1. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.** ( )
   Ketua

2. **Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.** ( )
   Anggota I

3. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.** ( )
   Anggota II

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Jonathan Dharma Nalendra
NBI	: 1122200096
Program Studi	: Administrasi Niaga
Judul Skripsi	: Pengaruh Experience Marketing, Media Sosial Marketing, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Basket di Arena DBL Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang Saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasi dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau keseluruhan sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 30 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Jonathan Dharma Nalendra

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jonathan Dharma Nalendra
NBI/ NPM : 1122200096
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

"PENGARUH *EXPERIENCE MARKETING, MEDIA SOSIAL MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTANDINGAN BASKET DI ARENA DBL SURABAYA"

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 30 Juni S2026

Yang Menyatakan,



Jonathan Dharma Nalendra

MOTTO

"TO GOD BE THE GLORY"

"janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan."

(Yesaya 41:10)

"Apa pun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia."

(Kolose 3:23)

"Karena itu Aku berkata kepadamu: apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu."

(Markus 11:24)

"Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang."

(Amsal 23:18)

"Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada TUHAN!"

(Yeremia 17:7)

ORA ET LABORA

PERSEMBAHAN

Dengan penuh ucapan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menuntun, memberi kekuatan, hikmat dan pengetahuan kepada penulis sehingga boleh ada sampai tahap ini, dengan memulai dalam nama Tuhan Yesus penulis mengakhiri masa skripsi ini dengan mengucapkan Puji Tuhan, semua baik adanya. Karya ini saya persembahkan untuk orang-orang yang telah mendukung saya baik dukungan secara materi maupun non materi berikut saya ucapkan terimakasih banyak kepada setiap orang yang berkontribusi dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepada panutan penulis yaitu Papa Aloysius Dwi Sudarmadji, terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan namun beliau selalu berusaha memberikan pendidikan yang terbaik untuk anak – anaknya. Terima kasih untuk dukungan dan motivasinya serta mengajarkan kebaikan hidup untuk penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sampai wisuda. Papa harus sehat selalu agar bisa terus ada diperjuangan dan pencapaian hidup penulis.
2. Kepada Mama Henny Mingriany sosok yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah hidupku. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tak terhitung, serta dukungan yang selalu Mama berikan selama perjalanan pendidikan penulis. Di setiap proses, tantangan, dan perjuangan yang penulis lalui, penulis tahu ada doa Mama yang selalu menyertai. Terima kasih karena selalu percaya pada kemampuan penulis. Semua pencapaian ini tidak akan berarti tanpa cinta, dukungan, dan pengorbanan Mama. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk kebanggaan dan ungkapan terima kasih atas segala yang telah Mama berikan. Penulis mungkin tidak akan pernah mampu membalas semua kasih dan pengorbanan beliau, tetapi penulis akan selalu berusaha menjadi pribadi yang dapat membanggakan Mama.
3. Keluarga besar Pardjianto dari Papa saya yaitu Pakdhe, Budhe, Om, Tante dan keluarga besar Pdt. Joseph Oenan dari Mama yaitu Yaya, Busu, Ueh serta seluruh saudara sepupu saya yang pasti mendoakan yang terbaik untuk saya.

4. Kepada ketiga adik kandung penulis yaitu; Nadia Priscilla Agustin, Carissa Patricia Triweina, dan Steven Barack Oktomahendra. Terima kasih telah menjadi penyemangat di saat penulis lelah, menjadi penghibur di saat penulis merasa tertekan, dan menjadi alasan untuk terus berjuang menjadi pribadi yang lebih baik. Skripsi ini adalah salah satu bukti bahwa dengan doa, dukungan, dan kasih sayang keluarga, setiap tantangan dapat dilalui. Semoga kelak kalian juga dapat meraih segala impian yang kalian cita-citakan
5. Kepada sahabat-sahabat saya dari awal perkuliahan dimulai sampai saat skripsi ini selesai disusun dan saya harap akan terus berlanjut seterusnya yaitu anggota Grup WhatsApp Calon Sarjana yang anggotanya adalah Jagad, Rafi, Rizal, Ilham, Adji, Yuda, dan Reksa.
6. Kepada teman-teman saya yang berada di UK3 Untag Surabaya yaitu khususnya Pengurus UK3 periode 2024 yang berasal dari angkatan 2021, 2022 dan 2023 dan Pengurus UK3 Priode 2025 yang berasal dari Angkatan 2022, 2023, dan 2024 karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melayani Tuhan di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dari awal penulis berada dibangku perkuliahan sampai saat skripsi ini disusun. Kiranya Tuhan Yesus Memberkati teman – teman semua.
7. Kepada Himanita Periode 2022-2023 dan Periode 2023-2024 yang mengijinkan saya untuk menjadi bagian dari kepengurusan organisasi tersebut dan telah membuat saya belajar banyak hal khususnya terkait organisasi kemahasiswaan tingkat program studi, dalam merancang berbagai kegiatan tingkat program studi dan pengalaman berorganisasi tentunya.
8. Kepada seluruh sahabat, teman-teman, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa kepada penulis.
9. Kepada saya sendiri terima kasih karena telah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih untuk setiap usaha, air mata, doa, dan perjuangan yang mungkin tidak pernah dilihat oleh banyak orang. Terima kasih karena memilih untuk terus melangkah meskipun sering kali merasa lelah, ragu, dan ingin menyerah. Skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap proses yang dijalani dengan tekun akan membawa hasil pada waktunya. Tidak semua perjalanan berjalan mudah, tetapi setiap tantangan telah membentuk diriku menjadi pribadi yang lebih kuat, lebih dewasa, dan lebih berani

dalam menghadapi kehidupan. Hari ini, izinkan penulis untuk berbangga atas pencapaian ini. Bukan karena telah sampai di garis akhir, tetapi karena tidak pernah berhenti berjuang untuk mencapainya. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih besar.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Experience Marketing, Media Sosial Marketing, dan Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian tiket pertandingan basket di Arena DBL Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang pernah menyaksikan pertandingan basket DBL Surabaya secara langsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Experience Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian serta menjadi variabel yang paling dominan. *Media Sosial Marketing* juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui penyampaian informasi yang menarik dan interaktif kepada konsumen. Selain itu, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas penyelenggaraan pertandingan. Secara simultan, *Experience Marketing, Media Sosial Marketing, dan Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian tiket pertandingan basket di Arena DBL Surabaya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengalaman penonton, optimalisasi pemasaran melalui media sosial, dan penguatan citra merek merupakan faktor penting dalam meningkatkan keputusan pembelian tiket pertandingan basket.

Kata Kunci: *Experience Marketing, Media Sosial Marketing, Brand Image*, Keputusan Pembelian, DBL Surabaya.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Experience Marketing, Social Media Marketing, and Brand Image on Purchase Decisions for basketball match tickets at Arena DBL Surabaya. The research employed a quantitative approach using a survey method involving 100 respondents who had attended DBL Surabaya basketball matches. The sampling technique used was purposive sampling, while data were collected through questionnaire distribution. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS version 27. The results revealed that Experience Marketing has a positive and significant effect on Purchase Decisions and is the most dominant variable influencing consumers' purchasing behavior. Social Media Marketing also has a positive and significant effect on Purchase Decisions by providing attractive, informative, and interactive content to consumers. Furthermore, Brand Image positively and significantly influences Purchase Decisions by enhancing consumer trust in the quality and credibility of the event organizer. Simultaneously, Experience Marketing, Social Media Marketing, and Brand Image have a positive and significant effect on Purchase Decisions for basketball match tickets at Arena DBL Surabaya. These findings indicate that improving audience experiences, optimizing social media marketing strategies, and strengthening brand image are essential factors in increasing ticket purchase decisions for basketball sporting events.

Keywords: Experience Marketing, Social Media Marketing, Brand Image, Purchase Decision, DBL Surabaya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, penyertaan, hikmat, dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Experience Marketing, Media Sosial Marketing,* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Basket di Arena DBL Surabaya"** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, hikmat, dan penyertaan-Nya dalam setiap proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta Papa Aloysius Dwi Sudarmadji dan Mama Henny Mingriany yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi dalam setiap langkah perjuanganku. Semoga pencapaian ini dapat menjadi salah satu bentuk kebanggaan dan ungkapan terima kasih atas segala yang telah kalian berikan.
3. Bapak Dr. Harjo Seputro, ST, MT, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan Sarjana Administrasi Niaga di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku kepala prodi Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melakukan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

6. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing Pertama penulis yang selama masa studi telah memberikan bimbingan akademik, motivasi, dan dukungan moril kepada penulis.
7. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, menyempatkan waktu luang, keikhlasan, tenaga dan pemikirannya kepada penulis. Serta senantiasa memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membekali saya dengan berbagai ilmu pengetahuan serta motivasinya untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Staf Tata Usaha Prodi Administrasi Bisnis, Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Staf Perpustakaan yang telah membantu dan memudahkan segala urusan administrasi dan dokumen penulis selama perkuliahan di UNTAG Surabaya
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
11. Sahabat, teman-teman, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam bidang pemasaran, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 30 Juni 2026

Jonathan Dharma Nalendra

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v
MOTTO vi
PERSEMBAHAN vii
ABSTRAK x
ABSTRACT xi
KATA PENGANTAR xii
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.4.1 Manfaat Teoritis 8
1.4.2 Manfaat Praktis 8
1.5 Sistematika Penulisan 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Landasan Teori 28
2.2.1 Manajemen Pemasaran 29
2.2.2 *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) 30
2.2.3 *Digital Marketing* 32
2.2.4 Perilaku Konsumen 35
2.2.5 *Experience Marketing* 37
2.2.6 Media Sosial Marketing 38
2.2.7 *Brand Image* 40
2.2.8 Keputusan Pembelian 41
2.3 Definisi Konsep dan Operasional 43
2.4 Pola Hubungan antar Variabel 45

2.4.1Pengaruh *Experience Marketing* terhadap Keputusan Pembelian 45
2.4.2 Pengaruh *Media Sosial Marketing* terhadap Keputusan Pembelian 45
2.4.3 Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian 46
2.4.4 Pengaruh Simultan *Experience Marketing, Media Sosial Marketing, dan Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.....47
2.5 Kerangka Berpikir.....48
2.6 Hipotesis 49
BAB III METODE PENELITIAN 51
3.1 Rancangan Penelitian.....51
3.2 Populasi dan Sampel.....52
3.2.1 Populasi 52
3.2.2 Sampel 53
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....54
3.3.1 Skala Pengukuran 54
3.3.2 Instrumen Penelitian 55
3.4 Teknik Pengumpulan Data 56
3.4.1 Jenis Data.....56
3.4.2 Sumber Data 57
3.5 Teknik Analisis Data 57
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....57
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda 58
3.5.3 Uji t (Parsial) 59
3.5.4 Uji F (Simultan).....59
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2).....60
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN 61
4.1 Penyajian Data 61
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 61
4.1.2 Karakteristik Responden.....62
4.1.3 Uji Instrumen 66
4.2 Tabulasi Data 67
4.2.1 Tabulasi Data Setiap Variabel 67
4.2.2 Analisis Rata-Rata Tabulasi Setiap Variabel.....80
4.3 Analisis Data 83
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....83
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda 88
4.3.3 Uji Hipotesis 90

4.4 Pembahasan 93
4.4.1 Pengaruh *Experience Marketing* terhadap Keputusan Pembelian ..93
4.4.2 Pengaruh *Media Sosial Marketing* terhadap Keputusan Pembelian94
4.4.3 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian 94
4.4.4 Pengaruh *Experience Marketing, Media Sosial Marketing, dan Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.....95
BAB V PENUTUP.....97
5.1 Kesimpulan 97
5.2 Rekomendasi.....98
DAFTAR PUSTAKA.....100
LAMPIRAN.....106

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 11
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Operasional 43
Tabel 3. 1 Skala Likert 54
Tabel 3. 2 Kelas Interval 55
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin 63
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia 63
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan 64
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan 64
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi pembelian Tiket 65
Tabel 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan yang mengikuti media sosial 65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas 66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitias 67
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Variabel Experience Marketing 68
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Variabel Media Sosial Marketing 71
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Variabel Brand Image 74
Tabel 4. 12 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian 77
Tabel 4. 13 Indikator Experience Marketing (X1) 80
Tabel 4. 14 Indikator Media Sosial Marketing (X2) 81
Tabel 4. 15 Indikator Brand Image (X3) 82
Tabel 4. 16 Indikator Keputusan Pembelian (Y) 83
Tabel 4. 17 Uji Linieritas Variabel Experience Marketing (X1) 84
Tabel 4. 18 Uji Linieritas Variabel Sosial Media Marketing (X2) 84
Tabel 4. 19 Uji Linieritas Variabel Brand Image (X3) 85
Tabel 4. 20 Uji Normalitas 85
Tabel 4. 21 Uji Multikolinearitas 87
Tabel 4. 22 Hasil Regresi Linier Berganda 88
Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi (R^2) 90
Tabel 4. 24 Uji t (Parsial) 91
Tabel 4. 25 Uji F (Simultan) 92

DAFTAR GAMBAR

Gambar1. 1 Logo PERBASI (Persatuan Bola Basket Indonesia) 1
Gambar1. 2 Data Olahraga Yang Digemari Warga Indonesia (2025) 2
Gambar1. 3 Penonton Pertandingan Basket IBL.....3
Gambar1. 4 Penonton Pertandingan Basket DBL Surabaya 4
Gambar1. 5 Kanal Youtube DBL Indonesia.....5
Gambar1. 6 Akun Instagram DBL Surabaya.....5
Gambar1. 7 Highlight Pertandingan di Instagram DBL Surabaya.....6
Gambar1. 8 DBL Goes To School.....6
Gambar1. 9 DBL Goes To School.....7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 48
Gambar 4. 1 Logo DBL Surabaya.....61
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Data Model P-Plot 86
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas Data Model Scatter Plot.....88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....106
Lampiran 2 Kartu Bimbingan 110
Lampiran 3 Surat Bebas Laboratorium 112
Lampiran 4 Surat Keterangan Turnitin.....113
Lampiran 5 Hasil Turnitin 114
Lampiran 6 LOA 115
Lampiran 7 Lembar Revisi.....116