

**ANALISIS TIPE PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN PENGGEMAR SEPATU COMPASS**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



AYUNDA AZZAHRAH YASMAN

1191923001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : **Ayunda Azzahrah Yasman**

NIM : **1191923001**

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ayunda Azzahrah Yasman

NIM : 1191923001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi :

**Analisis Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen Penggemar Sepatu
Compass**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : **Suharyanti, Dra., M.S.M.** ()

Penguji : **Rangga Wisesa, M.Si** ()

Penguji : **Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,** ()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 20 Agustus 2021

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, rezeki, dan ridho nya penelitian dengan judul “*Analisis Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen Penggemar Sepatu Compass*” dapat diselesaikan. Tentunya terselesaikannya penelitian ini tidak luput dari bantuan dan dukungan oleh orang sekitar. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah dan Bunda Penulis yang selalu menjadi motivasi utama penulis untuk mampu menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu dan memberikan yang terbaik
2. Dra. Suharyanti, M. S. M., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan Pembimbing penulis yang selalu meluangkan waktu dan memberikan arahan dan motivasi untuk melakukan penelitian ini.
3. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini. Yang dapat meluangkan waktu dan pengalamannya kepada penulis
4. Keluarga Pasukan Anti Mati aka Haraam Group yaitu Chelvia, Mishael, Novita, Ayesha, Sabhika, Anisa, Nadhifa, Nadia, Tsania, Syahman, Amelia, dan Rahma. Karena selalu mendukung penulis dan memberikan hiburan dan kepercayaan kepada Penulis untuk mampu menyelesaikan
5. Islam Bersatu, yaitu Nurmeividiani dan Naufal yang selalu menjadi sahabat dan pendukung terbesar penulis dalam hal-hal yang dilakukan penulis. Dan teman selain suka dan duka sejak zaman kuliah
6. Study Tour Quarantine, Apriyanti, Kiara, Puspita, Gina, Anas, dan Fai yang selalu mendukung dan mempercayai kemampuan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini
7. Keluarga spotify, Shinta, Tanty, Ambintang, Alvin yang selalu menjadi teman diskusi sebagai bahan hiburan dan memberikan support penulis selama penelitian
8. Teman-teman Kelas Karyawan Universitas Bakrie 16 atas waktu dan kerjasama dan pengalaman yang telah dijalin selama ini

9. Cahya Resqia, teman dekat penulis yang memberikan support dan bantuan selama penelitian ini sehingga akhirnya dapat terselesaikan. Dan sekaligus teman berkeluh kesah selama waktu penelitian

Penulis berharap dengan terselesaikannya Tugas Karya Akhir ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca dan keperluan penelitian ilmiah dikemudian hari

Jakarta, 20 Agustus 2021



Ayunda Azzahrah Y

ANALISIS TIPE PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PENGGEAR SEPATU COMPASS

Ayunda Azzahrah Yasman

ABSTRAK

Keberadaan sepatu Compass terutama untuk para pecinta sneakers cukup menggemparkan sejak tahun 2018. Berbagai fenomena atau kejadian yang disebabkan seperti kerumunan massa dan antrian panjang di setiap rilis sepatunya sudah banyak diliput media massa. Salah satunya keributan di Grand Indonesia yang menyebabkan kerumunan massa sehari sebelum acara hingga panitia acara memutuskan untuk membatalkan acara. Antusiasme yang terlihat ini menjadi latar belakang penulisan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana tipe pengambilan keputusan konsumen bagi para masyarakat yang mengoleksinya. Sekaligus meneliti apakah terdapat hubungan antara fandom Compass dalam pembelian sepatu Compass. Dengan menggunakan metode kualitatif secara wawancara mendalam, penulis melibatkan tiga narasumber. Penelitian ini menghasilkan tiga hasil tipe yang berbeda yaitu *Cognitive*, *Affective*, dan *Habitual* dengan faktor, motivasi, proses, dan evaluasi yang berbeda-beda pada setiap narasumber. Diketahui juga dari penelitian ini, kategori narasumber sebagai seorang penggemar dan Fandom sepatu Compass menjadi alasan utama mereka tertarik untuk mengoleksi dan membeli edisi-edisi sepatu Compass

Keyword : *Pengambilan Keputusan Konsumen, Fandom, Fans, perilaku konsumen*

**ANALYSIS OF TYPES OF DECISION MAKING CONSUMERS
COMPASS SHOES FANS**

Ayunda Azzahrah Yasman

ABSTRACT

The existence of Compass shoes, especially for sneakers lovers, has been quite appealing since 2018. Various phenomena or events caused, such as mass crowds and long queues at every shoe release, have been widely covered by the mass media. One of them was a riot at Grand Indonesia in 2019 which caused a crowd the day before the event until the event committee decided to cancel the event. This visible enthusiasm becomes the background for writing which aims to find out how the types of consumer decision-making are for the people who collect them. At the same time finding out whether there is a relationship between Compass fandom in purchasing Compass shoes. By using the qualitative method in in-depth interviews, the author involved three sources. This research revealed three different types of results, namely Cognitive, Affective, and Habitual with different factors, motivations, processes, and evaluations for each resource person. It is also known from this research, the category of sources as a fans and a Fandom of Compass shoes was the primary reason they are interested in collecting and buying editions of Compass shoes.

Keywords: *Consumer Decision Making, Fandom, Fans, consumer behavior*

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayunda Azzahrah Yasman

NIM : 1191923001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen Penggemar Sepatu Compass

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juli 2021

Yang menyatakan

(Ayunda Azzahrah Yasman)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	11
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktik.....	10
BAB II.....	11
2.1 Konsep Relevan.....	11
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2 <i>Three Types of Decision-Making</i>	13
2.1.3 <i>Fans, Fandom, dan Fanatisme</i>	15
2.1.4 Tahapan Evolusi <i>Fandom</i>	17
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
Bab III.....	23
3.1 Desain dan Pendekatan.....	23
3.2 Subjek atau Objek Penelitian.....	24
3.3 Pengumpulan Data.....	26
3.4 Teknik Analisis Data.....	27
3.5 Operasionalisasi Konsep.....	28
BAB IV.....	31
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	31
4.2 Penyajian Data.....	34

4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	49
BAB V	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	66
5.3 Saran dan Implikasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
Lampiran	76
Transkrip Wawancara Narasumber 1.....	76
Transkrip Wawancara Narasumber 2.....	83
Transkrip Wawancara Narasumber 3.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Antrian ponsel Blackberry di Pacific Place Jakarta, 2011	2
Gambar 1.2 Antrian Peluncuran Perdana Iphone XS di Jakarta tahun 2018	2
Gambar 1.3. Antusiasme Masyarakat Uniqlo x Kaws	4
Gambar 1.4. Contoh Koleksi Sepatu Compass	5
Gambar 1.5. Suasana di Grand Indonesia saat mengantri peluncuran Sepatu Compass 2019	6
Gambar 1.6. Panitia mengkomunikasikan kepada massa mengenai pembatalan rilis sepatu Compass	7
Gambar 1.7. Anime Masyarakat Dalam Peluncuran Sepatu Compass	7
Gambar 1.8. Postingan Kehadiran <i>Public Figure</i> di Launching Sepatu Compas	8
Gambar 2.1 Tiga Tipe Pengambilan Keputusan Pembelian Solomon	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 4.1 Sosok Aji Handoko dalam Wawancara Sepatu Compass	31
Gambar 4.2 Sepatu Compass Varian Gazelle Hi	33
Gambar 4.3 Sepatu Compass Varian Gazel Low	33
Gambar 4.4 Sepatu Compass Varian <i>Gazelle 98 Vintage</i>	33
Gambar 4.5 Sepatu Compass Varian Research & Destroy	34
Gambar 4.6 Proses Pembelian Narasumber Pertama	50
Gambar 4.7 Proses Pembelian Narasumber Kedua	50
Gambar 4.8 Proses Pembelian Narasumber Ketiga	50
Gambar 4.9 Kolaborasi Compass x Xpresi BCA	65