

**ANALISIS KUALITATIF PADA KOMUNITAS GAMERS SURABAYA DALAM  
MEMUTUSKAN PEMBELIAN *HEADSET GAMING* MEREK FANTECH  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**DIA MEGA INDAH SARI**

**18012010302/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2023**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KUALITATIF PADA KOMUNITAS GAMERS SURABAYA DALAM  
MEMUTUSKAN PEMBELIAN HEADSET GAMING MEREK FANTECH**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur”)**

**Disusun Oleh :**

**DIA MEGA INDAH SARI**

**18012010302/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
“Veteran” Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 12 Juni 2023**

**Kordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Dra. Ec. Nurianti Takartini, M. Si**

**NIP : 196508141991032001**

**Pebimbing Utama**

**Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.**

**NIP : 196801081989031001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”**

**Jawa Timur**

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**

**NIP : 196304201991032001**

**06 JUL 2023**



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dia Mega Indah Sari  
NIM : 18012010302  
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir/  
Tesis/Desertasi : Analisis Kualitatif Pada Komunitas *Gamers* Surabaya dalam Memutuskan Pembelian *Headset Gaming* Merek Fantech

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 21 Juli 2023

Yang Menyatakan



## **KATA PENGANTAR**

Segala puji Tuhan yang maha esa, dengan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam setiap proses pembuatan skripsi ini, penulis sangat berterima kasih kepada beberapa pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, saran, dorongan serta masukan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang rela memberikan waktu untuk penulis dalam memberikan bimbingan selama proses pembuatan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Keluarga yang saya sayangi, yang telah memberikan doa dan dukungan sepenuhnya, baik moril maupun materi untuk kelancaran penelitian ini.
7. Seluruh sahabat dan teman peneliti yang telah memberikan saran, semangat dan bantuan untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun demi selesainya penelitian ini sangat dibutuhkan peneliti. Besar harapan peneliti untuk membuat penelitian ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

**Surabaya, 30 Desember 2022**

**( Dia Mega Indah Sari )**

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
ABSTRAK.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Peneitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kerangka Teori.....	11
2.2.1 Gaming Peripheral.....	11
2.2.1.1 Mouse gaming .....	11
2.2.1.2 Keyboard gaming .....	11
2.2.1.3 Headset gaming .....	11
2.3 Komunikasi .....	12
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.4 Merek (Brand).....	14
2.5 Profil Pendiri Fantech.....	15
2.6 Profil Headset Gaming Fantech .....	18
2.2.7 Profil Komunitas Gamers i-Cafe net Surabaya .....	20
2.2.7.1 3Kingdoms E-Sports Arena.....	20
2.2.7.2 Mythic Gaming.....	21
2.2.7.3 Warnet Centro .....	21
2.3 Keputusan Pembelian .....	22
2.4 Kerangka Konsep .....	23
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Subject Penelitian .....	26
3.4 Teknik pengumpulan data .....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	31
4.1 Penjelasan dari Setiap Responden .....	31
4.1.1 Responden 1 .....	31
4.1.2 Responden 2 .....	32
4.1.3 Responden 3 .....	33
4.1.4 Responden 4 .....	34
4.1.5 Responden 5 .....	35
4.2 Karakteristik Produk Setiap Kategori .....	36
4.2.1 Kualitas dan Mutu .....	36
4.2.2 Kepercayaan Produk.....	37
4.2.3 Manfaat.....	38

4.2.4 Pelayanan.....	38
4.2.5 Resiko .....	39
4.2.6 Harga .....	40
4.2.7 Citra Produk.....	40
4.2.8 Responden Rata-Rata Keseluruhan .....	41
4.3 Pembahasan .....	42
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>45</b>
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1. 1 : Top Brand Index (TBI) Dari Headset Gamig Dari Tahun 2019-2022.....</i>	<i>5</i>
<i>Tabel 3.4 : Data Narasubmer .....</i>	<i>27</i>

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1. 1 : Fantech ValorMH86-Mint Edition.....</i>	<i>3</i>
<i>Gambar 1.1. 2 : Beberapa Logo Yang Telah Bekerja Sama Dengan Fantech.....</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 1.1. 3 : Grafik Perubahan TBI Headset Gaming.....</i>	<i>6</i>
<i>Gambar 2.2.7. 1 : 3Kingdom E-Sport Arena.....</i>	<i>21</i>
<i>Gambar 2.2.7. 2 : Mythic Gaming.....</i>	<i>21</i>
<i>Gambar 2.2.7. 3 : Warnet Centro.....</i>	<i>22</i>
<i>Gambar 4.1. 1 : Katagori Pada Responden 1 .....</i>	<i>32</i>
<i>Gambar 4.1. 2 : Katagori Pada Responden 2 .....</i>	<i>33</i>
<i>Gambar 4.1. 3 : Katagori Pada Responden 3 .....</i>	<i>34</i>
<i>Gambar 4.1. 4 : Katagori Pada Responden 4 .....</i>	<i>35</i>
<i>Gambar 4.1. 5 : Katagori Pada Responden 5 .....</i>	<i>36</i>
<i>Gambar 4.2. 1 : Kualitas Dari Setiap Responden.....</i>	<i>37</i>
<i>Gambar 4.2. 2 : Produk Dari Setiap Responden .....</i>	<i>37</i>
<i>Gambar 4.2. 3 : Manfaat Produk Dari Setiap Responden .....</i>	<i>38</i>
<i>Gambar 4.2. 4 : Pelayanan Produk Dari Setiap Responden.....</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 4.2. 5 : Resiko Produk Dari Setiap Responden .....</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 4.2. 6 : Harga Dari Produk Dari Setiap Responden .....</i>	<i>40</i>
<i>Gambar 4.2. 7 : Citra Produk Dari Setiap Responden.....</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 4.2. 8 : Rata-Rata Keseluruhan Narasumber Setiap Kategori Responden .....</i>	<i>41</i>



# **ANALISIS KUALITATIF PADA KOMUNITAS GAMERS SURABAYA DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN *HEADSET GAMING* MEREK FANTECH**

Oleh :

**DIA MEGA INDAH SARI**

**18012010302/FEB/EM**

## **ABSTRAK**

Di era yang semakin moderen ini meningkatnya popularitas *electronic sport* atau biasa di sebut dengan *E-sport*, menjadi magnet bagi sebagian orang untuk mencoba bermain game. Aksesoris atau peralatan tambahan untuk bermain game sering di sebut gaming gear yang meliputi *keyboard, mouse, headset* dan *mousepad*. Fantech sendiri merupakan produk yang dikembangkan oleh perusahaan gaming peripheral dari indonesia yang didirikan pada tahun 2009 oleh tiga bersaudara. Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana suatu Citra Merek Headset Gaming Fantech sebagai salah satu Brand atau Merek Headset Gaming yang dapat bersaing dalam bidang industri Headset Gaming untuk memperkuat citra merek terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut pada anggota komunitas Gamers yang berada di Surabaya. Dengan menggunakan analisis kualitatif, didapatkan bahwa kepercayaan produk, manfaat, pelayanan, dan persepsi harga merupakan keunggulan dari produk headset gaming fantech. Untuk faktor risiko yang memiliki skor rata-rata yang paling rendah, yang menjelaskan bahwa produk headset gaming fantech memiliki risiko yang tinggi akan kerusakan produk, yang dapat membuat klaim garansi yang tinggi.

***Kata Kunci : Citra Merk, E-Sport, Fantech, Headset Gaming.***

# **QUALITATIVE ANALYSIS OF SURABAYA GAMERS COMMUNITY IN DECIDING TO PURCHASE FANTECH GAMING HEADSETS**

**Oleh :**

**DIA MEGA INDAH SARI**

**18012010302/FEB/EM**

## **ABSTRACT**

In this increasingly modern era, the increasing popularity of electronic sports, commonly known as E-sport, has become a magnet for some people to try playing games. Accessories or additional equipment for playing games are often called gaming gear, including keyboards, mice, headsets, and mousepads. Fantech itself is a product developed by a gaming peripheral company from Indonesia which was founded in 2009 by three brothers. Researchers are interested in examining how a Fantech Gaming Headset Brand Image as a Brand or Gaming Headset Brand can compete in the Gaming Headset industry field to strengthen brand image on consumer decisions in buying these products among members of the Gamers community in Surabaya. By using qualitative analysis, it was found that product trust, benefits, service, and price perceptions are the hallmarks of Fantech gaming headset products, for risk factors that have the lowest average score, which explains that Fantech gaming headset products have a high risk of product damage, which can make high warranty claims.

***Keywords : Brand Image, E-Sport, Fantech, Gaming Headset.***