

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK KLUB SEPAKBOLA
MANCHESTER UNITED TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN (STUDI PADA PENGUNJUNG NONTON
BARENG DI IBIS HOTEL TAMARIN JAKARTA)**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Rifqi Fauzan

1151001104

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK KLUB SEPAKBOLA
MANCHESTER UNITED TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN (STUDI PADA PENGUNJUNG NONTON
BARENG DI IBIS HOTEL TAMARIN JAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Rifqi Fauzan

1151001104

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rifqi Fauzan

NIM : 1151001104

Tanda Tangan : 

Tanggal : 8 Agustus 2019

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rifqi Fauzan
NIM : 1151001104
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek Klub Sepakbola Manchester United Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengunjung Nonton Bareng di Ibis Hotel Tamarin Jakarta)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D



Penguji I : Anon Kuswardono., S.E., M.B.A



Penguji II : Holila Hatta, S.Pd, M.M



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Holila Hatta, S.pd., M.M selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Anon Kuswardono, S.E., M.B.A selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak B. P. Kusumo Bintoro, Ir., M.B.A. selaku dosen Manajemen Kualitas yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Mama Lita Rachmiati dan Papah Didi Achmadi tercinta, atas doa dan kasih sayang yang selalu diberikan serta nasihat dan motivasi yang tanpa henti.
6. Mama Lela Ety Efrida dan Ayah Syahril Effendi tercinta, atas doa dan kasih sayang yang selalu diberikan serta nasihat dan motivasi yang tanpa henti.
7. Aa, Gege dan keluarga besar yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberika semangat agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai rencana.
8. Fadel, Ashary, Arash, Syafik, Andito, Dzil, Abyan, Nanda, Risaldi yang senantiasa membantu, mendukung, dan menemani dalam menjalani kehidupan perkuliahan serta dalam penelitian ini.

9. **Ervina**, Arum, Bila, Indah, Tasya, Rida, Laras, Ummu, Anna, Muti, Nissa, Pipit, Maharani yang senantiasa membantu, mendukung, dan menemani dalam menjalani kehidupan perkuliahan serta dalam penelitian ini.
10. Teman-teman el-musyarobi yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang senantiasa membantu, mendukung, dan menemani dalam menjalani kehidupan perkuliahan serta dalam penelitian ini.
11. Terima kasih kepada komunitas United Indonesia Jakarta yang telah bersedia memberikan partisipasi dalam mengisi kuesioner untuk penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terima kasih doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dari penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan adanya kritikan dan saran yang dapat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 8 Agustus 2019



Penulis

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rifqi Fauzan
NIM : 1151001104
Program Studi : Manajemen
Falkultas : 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 PENGARUH CITRA MEREK KLUB SEPAKBOLA MANCHESTER UNITED TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA PENGUNJUNG NONTON BARENG DI IBIS HOTEL TAMARIN JAKARTA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 8 Agustus 2019

Yang Menyatakan



Rifqi Fauzan

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK KLUB SEPAKBOLA
MANCHESTER UNITED TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA PENGUNJUNG NONTON BARENG DI IBIS HOTEL
TAMARIN JAKARTA)**

Rifqi Fauzan¹

ABSTRAK

Sepakbola adalah permainan beregu yang terdiri atas 11 orang. Sepakbola juga sebagai olahraga yang digemari diseluruh dunia dan popularitas sepakbola mampu menjadikan sepakbola sebagai sebuah perindustrian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas fans klub Manchester United. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 200 orang fans klub Manchester United yang menghadiri acara nonton bareng di Hotel Ibis Tamarin Jakarta. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan citra merek mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 42,8% dan sisanya 57,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil analisis menunjukkan citra merek memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Citra merek, kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, loyalitas

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas bakrie

ANALYSIS OF THE EFFECT OF BRAND IMAGES OF MANCHESTER UNITED FOOTBALL CLUB ON CONSUMER LOYALTY (STUDY AT THE EVENT IN IBIS HOTEL TAMARIN JAKARTA)

Rifqi Fauzan²

ABSTRACT

Soccer is a team game consisting of 11 people. Football is also a popular sport throughout the world and the popularity of football is able to make football an industry. The purpose of this study was to analyze the influence of brand image on the loyalty of Manchester United club fans. The research method used is quantitative. The sample of this study was 200 Manchester United club fans who attended the event together at the Ibis Tamarin Hotel Jakarta. The instrument of this study used a questionnaire and analyzed using simple linear regression analysis. The results of this study show that brand image affects consumer loyalty by 42.8% and the remaining 57.2% is influenced by other factors. The results of the analysis show that the brand image has a positive influence on consumer loyalty.

Keywords: Brand image, strength of brand association, favorability of brand association, uniqueness of brand associations, loyalty

² Student of Management Study Program at Bakrie University

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Merek.....	7
2.1.2 Citra Merek	10
2.1.3 Loyalitas Konsumen	15
2.1.4 Kerangka Pemikiran	22
2.1.5 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	24

3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4.1 Kuesioner	26
3.4.2 Studi Kepustakaan	27
3.5 Skala Pengukuran	27
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.6.2 Uji Normalitas.....	30
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	30
3.6.4 Analisis Regresi Sederhana	31
3.6.5 Uji Hipotesis	31
3.6.6 Koefisien Determinasi (R)	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	33
4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan rata-rata pengeluaran setiap bulannya.....	35
4.2 Analisis Deskripsi Mean	35
4.3 Pre Test Validitas dan Reliabilitas	36
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
4.5 Uji Normalitas	41
4.6 Uji Heteroskedastisitas	42
4.7 Analisis Koefisien Determinasi	43
4.8 Uji Regresi Linear Sederhana.....	43
4.9 Pengujian Hipotesis	45
5.1 Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	48

DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR GAMBAR

Figure 1-2.1.4 Kerangka Pemikiran	22
Figure 2-4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Figure 3-4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Figure 4-4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan rata-rata pengeluaran setiap bulannya	35
Figure 5-4.3 analisis grafik (P-Plot).....	41

DAFTAR TABEL

Table 1-1.1 Daftar 7 Klub Sepakbola Eropa dengan Jumlah Fans Terbanyak di Indonesia 2016/2017 2

Table 2-1.2 Daftar Klub dengan Pendapatan Tertinggi di Dunia Tahun 2017/2018 2

Table 3-1.3 Daftar Klub dengan Penjualan Merchandise Terbanyak di Dunia Tahun 2016/2017 3

Table 4-3.1 Operasional Variabel 27

Table 5-3.6.6 Interpretasi Korelasi (R) 32

Table 6-4.2.1 Hasil Uji Validitas Terhadap 30 Responden 36

Table 7-4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap 30 Responden..... 37

Table 8-4.3.1 Hasil Uji Validitas Terhadap 200 Responden.....38

Table 9-4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap 200 Responden.....39

Table 10-4.4 Kolmogorov Sminorv-Test..... 41

Table 11-4.5 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Glejser 41

Table 12-4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 42

Table 13-4.7 Hasil Regresi Linear Sederhana..... 43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	53
Lampiran 2 Karakteristik Responden	60
Lampiran 3 Analisis Mean Deskripsi	62
Lampiran 4 Validitas <i>Pre-Test</i> 30 Responden.....	63
Lampiran 5 Reliabilitas <i>Pre-Test</i> 30 Responden.....	65
Lampiran 6 Validitas dan Reliabilitas 200 Responden	66
Lampiran 7 Hasil Uji Penelitian	68