

**PENGARUH BRAND EQUITY (EKUITAS MEREK) TERHADAP
KEPUTUSAN MENGIKUTI MOBILE LEGENDS E-SPORTS
TOURNAMENT SKALA MINOR PADA GENERASI MILLENNIAL**

TUGAS AKHIR

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



Ramadhan Sentana

1151001052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2019


HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ramadhan Sentana

NIM : 1151001052

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ramadhan Sentana
NIM : 1151001052
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Equity (Ekuitas Merek) Terhadap
Keputusan Mengikuti Mobile Legends e-Sports
Tournament Skala Minor pada Generasi Millennial

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 : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si

()

Penguji I : Imbang J. Mankuto, Ir., M.Sc., M.B.A

()

Penguji II : Adi Budi Priyanto, Dr., ST., MT

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2019

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Equity (Ekuitas Merek) Terhadap Keputusan Mengikuti Mobile Legends E-Sports Tournament Skala Minor pada Generasi Millennial”**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, terutama orang tua dan keluarga penulis. Semangat dan dukungan yang diberikan orang tua dan keluarga menjadi motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi penulis selama penulisan skripsi, diantaranya:

1. Bapak Heru Setriaman, S.E dan Ibu Anggreni Daulay selaku ayah dan ibu penulis, serta keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama pengerjaan skripsi.
2. Ibu Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang membantu memberikan saran dan masukan.
3. Bapak Imbang J. Mangkuto, Ir., M.sc., M.B.A. selaku pembahas proposal yang memberi saran dan masukan.
4. Bapak Ir. Aurino Rilman A. Djamaris, M.M. selaku dosen Universitas Bakrie yang membantu memberikan saran dan masukan.
5. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
6. Roby, Haris, Ridwan, Faisal dan teman-teman seperkumpulan Manajemen Universitas Bakrie.

7. Ipal, Bimo, Irna, Adit, Dimay, dan rekan-rekan lain The Entrys Organizer yang telah turut membantu.
8. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2015 yang selalu memberikan semangat.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 9 Mei 2019

Ramadhan Sentana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ramadhan Sentana
NIM : 1151001052
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

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

Pengaruh Brand Equity (Ekuitas Merek) Terhadap Keputusan Mengikuti Mobile Legend e-Sports Tournament Skala Minor pada Generasi Millennial

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif 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 dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Agustus 2019

Yang menyatakan



Ramadhan Sentana

ABSTRAK

PENGARUH BRAND EQUITY (EKUITAS MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN MENGIKUTI MOBILE LEGENDS E-SPORTS TOURNAMENT SKALA MINOR PADA GENERASI MILLENNIAL

Ramadhan Sentana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Equity* (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Mengikuti Mobile Legends e-Sports Tournament Skala Minor pada Generasi Millennial. Variabel *Brand Equity* menarik pada nilai-nilai yang ada pada merek Mobile Legends di benak pemainnya yang dikhususkan pada generasi millennial yang dimana diukur melalui empat dimensi yaitu *Brand Awareness*, *Brand Assosiation*, *Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty*. Dan Variabel Pengambilan Keputusan Mengikuti Mobile Legends e-Sports Tournament yang memiliki indikator dari Intuisi, Pengalaman, Fakta, Wewenang, dan Rasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pemain Mobile Legends yang merupakan generasi millennial, yang bermain Mobile Legends selama satu bulan terakhir, serta pemain yang pernah mengikuti e-sports tournament sebelumnya. Metode analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi sederhana menggunakan IBM SPSS 20, yang mendapatkan hasil bahwa variabel *Brand Equity* berpengaruh positif terhadap Keputusan Mengikuti Mobile Legends e-Sports Tournament pada Generasi Millennial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai-nilai yang diberikan Mobile Legends kepada pemainnya dapat mempengaruhi keputusan untuk mengikuti e-sports tournament khususnya dalam skala minor.

Kata Kunci: Brand Equity, Keputusan Mengikuti Mobile Legends e-Sports Tournament, Generasi Millennial.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON THE DECISION TO FOLLOW THE MINOR SCALE MOBILE LEGENDS E-SPORTS TOURNAMENT IN MILLENNIAL GENERATION

Ramadhan Sentana

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Brand Equity on the Decision to Follow the Mobile Legends e-Sports Tournament in the Millennial Generation. Brand Equity variables draw on the values that exists in the Mobile Legends brand in the minds of players that are specific to the millennial generation, which is measured through four dimensions: Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty. And Decision Making to Follow the Mobile Legends e-Sports Tournament Variables which have indicators from Intuition, Experience, Facts, Authority, and Rational. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to Millennials as a Mobile Legends players, who played Mobile Legends in the past one month, as well as players who experienced and participated in e-sports tournaments before. The analytical method used uses simple regression analysis using IBM SPSS 20, which gets the result that the Brand Equity variable has a positive effect on the Decision to Follow the Mobile Legends e-Sports Tournament in the Millennial Generation. This study concludes that the values given by Mobile Legends to the players can influence the decision to participate in the e-sports tournament especially for minor scale.

Keywords: Brand Equity, Decision to Follow the Mobile Legends e-Sports Tournament, Millennial Generation.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Brand Equity (Ekuitas Merek).....	11
2.1.1 Pengertian Brand Equity (Ekuitas Merek).....	11
2.1.2 Dimensi Brand Equity (Ekuitas Merek)	12
2.2 Pengambilan Keputusan (<i>Decision Making</i>).....	15
2.2.1 Pengertian Pengambilan Keputusan (<i>Decision Making</i>)	15
2.2.2 Dasar-dasar Pengambilan Keputusan.....	16
2.2.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	18
2.3 E-sports Tournament	19
2.3.1 Pengertian E-sports Tournament	19

2.4	Generasi Millennial	20
2.4.1	Pengertian Generasi Millennial	20
2.5	Penelitian Terdahulu	21
2.6	Kerangka Pemikiran	23
2.7	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Metode Penelitian	26
3.2	Desain Penelitian	26
3.2.1	Unit Analisis	26
3.2.2	Populasi	27
3.2.3	Sampel	27
3.3	Pengumpulan Data	27
3.3.1	Sumber data	27
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	28
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukurannya	29
3.4.1	Variabel Penelitian	29
3.4.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	29
3.5	Teknik Analisis Data	31
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	32
3.6	Uji Kelayakan Model	33
3.6.1	Uji Normalitas	33
3.6.2	Uji Multikolinearitas	34
3.6.3	Uji Heteroskedastitas	34
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.6.5	Koefisien Determinasi	35
3.6.6	Uji F	35

3.6.7	Uji t.....	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Mobile Legends	37
4.2	Karakteristik Responden	40
4.2.1	Usia Responden	40
4.2.2	Jenis Kelamin	41
4.2.3	Pekerjaan Responden	42
4.2.4	Rata – rata Pengeluaran Responden per Bulan	42
4.2.5	Lama waktu bermain Mobile Legends	43
4.3	Uji Penelitian.....	43
4.3.1	Uji Validitas	43
4.3.2	Uji Reliabilitas	45
4.3.3	Uji Normalitas Data	46
4.4	Uji Kelayakan Model	47
4.4.1	Uji Normalitas	47
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	49
4.4.3	Uji Heteroskedastitas	50
4.4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.4.5	Koefisien Determinasi	53
4.4.6	Uji F	53
4.4.7	Uji t	54
4.5	Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		67

LAMPIRAN.....	71
Lampiran 1 Kuesioner	71
Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner	79
Lampiran 3 Hasil SPSS.....	84

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1. 1 Mobile Activities In Indonesia	2
Gambar 1. 2 Top Countries by Games Revenues	3
Gambar 1. 3 Revenue in the Mobile Games in Indonesia.....	3
Gambar 1. 4 Top Grossing dan Top Free Games di Google Play Store	5
Gambar 1. 5 Mobile Legends tournament untuk gamers amatir.....	7

BAB II

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	24
-------------------------------------	----

BAB IV

Gambar 4. 1 Gambar Beberapa Hero Mobile Legends dengan role yang berbeda.....	37
Gambar 4. 2 Gambar urutan rank mobile Legends dari Grandmaster hingga Mythic	39
Gambar 4. 3 Uji Normalitas	48
Gambar 4. 4 Grafik Histogram Residual.....	49
Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastitas.....	51
Gambar 4. 6 Proyek Mobile Legends “Esports for Everyone.....	62
Gambar 4. 7 Keuntungan dari berkerja sama dengan Mobile Legends dalam mengadakan e-Sports Tournament.....	63

DAFTAR TABEL

BAB III

Tabel 3. 1 Alat ukur Variabel.....	31
------------------------------------	----

BAB IV

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan Responden	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan rata – rata pengeluaran per bulan .	43
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Lama waktu bermain.....	43
Tabel 4. 6 Uji Validitas	45
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Data Kolmogorov-Smirnov Test.....	47
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4. 12 Uji F	54
Tabel 4. 13 Uji t	54